AVERTISSEMENT PREALABLE

Le présent document a été réalisé par des étudiants du Master Pro Qualimapa (USTL-Lille) dans le cadre de leur scolarité. Il n'a pas un caractère de publication scientifique au sens strict. En effet, il n'a pas été soumis à un comité de lecture avant publication. Ce travail a été noté, ainsi que la soutenance orale et l'éventuelle production multimédia auxquelles il a donné lieu. Ces évaluations participent à l'évaluation globale des étudiants en vue de l'obtention du diplôme de Master ; elles ont un caractère privé et ne sont pas communiquées ici.

Le contenu de ce document est donc proposé sous la seule responsabilité de leurs auteurs et doit être utilisé avec les précautions d'usage. C'est pourquoi le lecteur est invité à exercer son esprit critique.

Sa reproduction, totale ou partielle, est autorisée à condition que son origine et ses auteurs soient explicitement cités.

La liste des autres projets étudiants disponibles en ligne est disponible sur le site Internet du Master Qualimapa : http://qualimapa.univ-lille1.fr/rapp1.htm

L'équipe enseignante

LA TRAÇABILITE

DES PRODUITS DE CHARCUTERIE

Responsable de projet : Mr Gaétan VERCOUTERE
Manager Qualité Alimentaire AUCHAN

Sous projet du projet transversal «***La logistique des produits alimentaires***»

Christophe **BERNARD**
Katia **LANGBOUR**

Promotion 2003 / 2004

REMERCIEMENTS

Nous tenons à remercier Monsieur Gaétan VERCOUTERE, Manager Qualité Alimentaire, de la Centrale d'Achats AUCHAN à Villeneuve d'Ascq, pour nous avoir confié un sujet très intéressant. Il nous a donné les moyens matériels, financiers nécessaires ainsi que ses conseils pour réaliser ce projet

Nous n'oublions pas non plus ses collaborateurs du Service Qualité, Joseph LOCQUEVILLE et Blandine JANICKI, qui ont pu nous fournir des informations nécessaires pour mener à bien ce sujet.

Nous remercions également tous les professionnels que nous avons rencontré pour avoir consacré du temps à nos entretiens.

Toutes ces personnes ont contribué à rendre ce projet très enrichissant sur le plan personnel et professionnel en nous apportant de nombreuses connaissances sur la traçabilité tout au long de la chaîne alimentaire.

SOMMAIRE

ABREVIATIONS 4

INTRODUCTION 6

PARTIE I 7

LE GROUPE AUCHAN 8

I. INDEPENDANCE ET CROISSANCE 8

II. UNE VISION D'ENTREPRISE AMBITIEUSE AU SERVICE DES CLIENTS 9

III. LA DEMARCHE « SECURITE ALIMENTAIRE » D'AUCHAN 10

PARTIE II 12

LA TRAÇABILITE 13

I. LES PRODUITS DE CHARCUTERIE 13

1. Qui sont-ils ? 13

2. Le code des usages 13

3. La réglementation 15

4. Les attentes des consommateurs 17

II. LA TRAÇABILITE.....19

1. Que recouvre la notion de traçabilité ?.....19

2. Les différentes traçabilités.....21

3. Les enjeux de la traçabilité.....22

4. Les limites de la traçabilité dans la filière porcine.....23

5. Des principes et des choix.....24

6. Les objectifs de la traçabilité.....26

IV. LA SECURITE ALIMENTAIRE.....28

1. Un temps d'avance pour la Distribution.....28

2. La réponse réglementaire.....28

3. L'analyse des risques.....29

4. Des obligations de maîtrise du risque.....29

5. Les systèmes périphériques à la traçabilité.....30

V. GENCOD.....31

1. Le rôle du système EAN•UCC.....31

3. L'identification des produits.....32

4. EAN•UCC : un standard international d'identification et de traçabilité.....38

PARTIE III 41

L'AUDIT 42

I. DEFINITION 42

II. RESULTATS DE L'ETUDE TRAÇABILITE 44

1. Présentation 44

2. Les interlocuteurs 44

III. SYNTHESE 46

1. Les tableaux 46

2. Interprétation 53

3. Conclusions 60

CONCLUSION 62

BIBLIOGRAPHIE 63

GLOSSAIRE 65

ANNEXES 73

ABREVIATIONS

A.F.S.S.A.	Agence Française de Sécurité Sanitaire des Aliments
A.I.	Application Identifier
A.N.I.A.	Association Nationale des Industries Alimentaires
A.O.C.	Appellation d'Origine Contrôlée
C.I.C.	Centre d'Information sur les Charcuteries
C.N.A.	Conseil National de l'Alimentation
D.G.C.C.R.F.	Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes
D.L.C.	Date Limite de Consommation
D.L.U.O.	Date Limite d'Utilisation Optimale
E.A.N.	European Article Numbering
E.C.R.	Efficient Consumer Response
E.D.I.	Echange de Données Informatisé
E.S.B.	Encéphalopathie Spongiforme Bovine
F.A.O.	Food and Agriculture Organization
F.C.D.	Fédération des Entreprises du Commerce et de la Distribution
G.L.N.	Global Location Number
G.T.I.N.	Global Trade Item Number
H.A.C.C.P.	Hazard Analysis Critical Control Point
I.N.R.A.	Institut National pour la Recherche Agronomique
I.N.V.S.	Institut National de Veille Sanitaire
J.O.	Journal Officiel
L.S.	Libre Service
M.D.D.	Marque de Distributeur
O.G.M.	Organisme Génétiquement modifié
O.M.S.	Organisation Mondiale pour la Santé

P.C.B.	Par Combien
P.F.	Produits Frais
P.G.C.	Produits de Grande Consommation
P.M.E.	Petites et Moyennes Entreprises
S.S.C.C.	Serial Shipping Container Code
U.C.C.	Uniform Code Council
V.B.F.	Viande Bovine Française
V.P.F.	Viande Porcine Française

INTRODUCTION

Les crises alimentaires vécues par les consommateurs européens ces dernières années (ESB en 1996, dioxine en 1999, Listeria sur les fromages et la charcuterie avec récemment STOEFFLER en juillet 2002) ont conduit à une prise de conscience généralisée, quant à la nécessité d'une sécurisation globale des filières alimentaires : « de la ferme à la table » ou bien encore « de la fourche à la fourchette ». Ces slogans reflètent l'envie de transparence des industriels et des organisations agro-alimentaires. Ces crises ont d'ailleurs contraint le Gouvernement à mettre en place un dispositif national de veille et de sécurité sanitaire (AFSSA et INVS), en application de la loi du 1er juillet 1998.

Maîtriser la sécurité à tous les niveaux de la chaîne alimentaire, de l'amont à l'aval, décloisonner les secteurs pour que les actions de maîtrise soient complémentaires et applicables, et forment un tout cohérent : telle est aujourd'hui l'orientation prise à la fois, par la Commission Européenne, les Etats Membres et par les professionnels de l'alimentation eux-mêmes.

L'obligation de la mise en place d'un système de traçabilité dans les entreprises agro-alimentaires reflète totalement cette envie d'accentuation de la sécurité alimentaire, de sécurisation des consommateurs. Ce projet est donc l'occasion d'évaluer la traçabilité des produits de charcuterie, produits sensibles.

Ainsi, par rapport au contexte actuel, une question peut apparaître : **le système de traçabilité des produits de charcuterie AUCHAN est-il en mesure de satisfaire les attentes de chaque acteur de la chaîne logistique globale ?** Pour tenter de répondre à cette problématique, un état des lieux sur le système de traçabilité des produits de charcuterie du fournisseur jusqu'aux magasins AUCHAN a été réalisé. Il a permis d'évaluer la gestion de l'information et l'action en cas d'un message de crise, de déterminer les besoins de chaque acteur de la chaîne logistique étudiée. Pour ce qui est des recommandations, il convient également d'évaluer l'évolution des obligations réglementaires dans les années à venir.

Avant de commencer, il convient de vous présenter succinctement AUCHAN. Ensuite, une partie sera consacrée à la découverte de la traçabilité des produits de charcuterie. Puis la synthèse des audits réalisée sera donnée afin d'analyser la traçabilité de ces produits, de la fabrication jusqu'à la distribution et de répondre à la problématique.

PARTIE I

LE GROUPE AUCHAN

LE GROUPE AUCHAN

I. INDEPENDANCE ET CROISSANCE

Depuis 43 ans, l'histoire d'Auchan s'écrit au quotidien autour de ces deux volontés : indépendance et croissance. Entreprise non cotée, détenue par l'association familiale Mulliez et ses collaborateurs, Auchan est spécifique dans le paysage économique et entend maintenir son indépendance. En travaillant à la satisfaction de ses clients, en préservant et en augmentant régulièrement ses capacités d'autofinancement, en menant une politique d'investissement ambitieuse et raisonnée et en développant l'actionnariat des salariés, Auchan veut rester maître de son avenir. Dans l'univers toujours plus concurrentiel d'aujourd'hui, se développer est indispensable. Auchan le fait sur ses trois métiers, l'hypermarché, le supermarché et le cybermarché, par croissance interne, mais aussi en saisissant les opportunités de croissance externe chaque fois que nécessaire.

En 2000, Auchan a ouvert 12 nouveaux hypermarchés à travers le monde, dont le tiers en Pologne, et a signé un accord pour acquérir 67% du capital de RT Mart (Taiwan), prenant ainsi une position parmi les leaders du marché avec 17 hypermarchés (*CF. ANNEXE 1 : Le groupe Auchan dans le monde*).

Dans le métier des supermarchés, Auchan réaffirme son ambition multiformat avec un protocole d'accord pour le rachat en France de 20 magasins à Carrefour et le transfert de 3 petits hypermarchés Auchan portant le parc d'Atac en France, à 235 supermarchés début 2001.

Sabeco, en Espagne, a ouvert 4 nouveaux magasins, en a acquis 15 autres et possède aujourd'hui 103 magasins. En Italie, 6 nouveaux supermarchés ont été ouverts dans le nord du pays, ce qui porte le nombre de magasins à 191. Le e-commerce a démarré en France, en Espagne et en Italie. En 2000, la dimension internationale du groupe s'est renforcée: Auchan compte aujourd'hui, hors de France, plus de magasins qu'en France (*CF. ANNEXE 2 : La chaîne logistique de Auchan*). L'année 2000 a été marquée par une reprise du développement d'Auchan dans le monde. L'entreprise a ainsi démontré sa volonté d'expansion et celle d'apporter son savoir-faire à des clients toujours plus nombreux.

II. UNE VISION D'ENTREPRISE AMBITIEUSE AU SERVICE DES CLIENTS

Accroître la qualité et le niveau de vie d'un plus grand nombre de clients (prix discount, choix et diversité de l'offre, adaptation aux modes de consommations locaux et qualité du service au client) sont le gage d'une fidélité renouvelée des clients d'Auchan partout dans le monde.

Dans un environnement où les clients sont de plus en plus exigeants, mais également plus volatiles, Auchan cherche à mieux les connaître pour mieux les servir. Cette démarche conduit le groupe à adapter en permanence son positionnement marketing.

Son objectif : faire passer Auchan du stade de distributeur de produits, à celui de marque dont la mission est d'améliorer la qualité et le niveau de vie de ses clients. Auchan a pour objectif de devenir une marque « apporteuse de bonnes solutions pour mieux vivre ». C'est le sens de la campagne de communication lancée en août 2000, avec une nouvelle signature « LA VIE. LA VRAIE. AUCHAN », illustrant les valeurs de la marque : pouvoir d'achat, authenticité des produits, confiance, facilité, relation avec le client, découverte.

Déclinée en projets marketing locaux adaptés aux spécificités de chaque pays, cette démarche conduit Auchan à penser son offre en fonction des besoins de ses clients, avec un choix adapté de produits, des prix discount, des magasins avec une forte dynamique commerciale (promotions internationales, grands saisonniers…) et un travail permanent sur la qualité de service.

En 2000, plus de 5 000 produits de marque Auchan ont été conçus, fabriqués et distribués dans les magasins. Améliorer le niveau de vie de ses clients, c'est également leur proposer des produits de qualité en toute sécurité.

III. LA DEMARCHE « SECURITE ALIMENTAIRE » D'AUCHAN

La sécurité alimentaire est une priorité constante et quotidienne d'Auchan. Elle fait partie intégrante de sa politique depuis 15 ans. Au quotidien, un travail de fond est effectué pour assurer la sécurité alimentaire des produits, de leur lieu de production jusqu'aux magasins.

Auchan mène, notamment en France et en Italie, une politique de filières agricoles dans le but d'améliorer la qualité et la sécurité des aliments. Produits « agriculture raisonnée » et produits biologiques (plus respectueux de l'environnement et du bien-être animal) et produits issus de filières Auchan, sont largement développés. Des cahiers des charges très rigoureux les encadrent apportant des garanties de traçabilité et imposant des contrôles à toutes les étapes de la chaîne de production.

Auchan a mis en place, d'une part, une politique des filières agricoles pour une meilleure traçabilité des produits comme l'utilisation d'un nouveau système de contrôle de traçabilité de la viande bovine grâce à un test ADN développé par l'INRA et d'autre part, des contrôles sanitaires renforcés par des laboratoires externes, en plus des contrôles des services officiels, par l'organisme Qualicert. Ces contrôles se déroulent à trois niveaux :

- *Chez les fournisseurs*

Pour pouvoir travailler avec Auchan, le fournisseur doit faire preuve de conditions sanitaires irréprochables. C'est pourquoi, il lui est demandé de signer un « contrat de référencement des fournisseurs : sécurité alimentaire » (*CF. ANNEXE 3 : Contrat de référencement*) où Auchan lui délivre un « visa qualité ». Ce contrat a une durée de 3 ans où les fournisseurs s'engagent sur les garanties de traçabilité des produits, sur des garanties d'étiquetage et des moyens d'informations permettant de réagir rapidement en cas de crise.

- *Sur les plates formes*

En fonction des exigences propres à chacun des produits, des points précis sont contrôlés : températures, degré de maturité des fruits et légumes, temps de maturation de la viande de bœuf, nombre de colis, aspect des colis, contrôle des dates limites de consommation (D.L.C.)…

➢ *En magasin*

130 points sont contrôlés par mois dans tous les magasins : températures, nettoyages et désinfections des stands, ateliers et réserves … et 500 contrôles fraîcheur ont lieu annuellement sur les étals des poissonneries.

La certification de service des rayons P.F. est une démarche volontaire et sans précédent dans la grande distribution. Elle témoigne de l'engagement d'Auchan pour assurer plus d'hygiène et de sécurité alimentaire. De l'accueil du client par le collaborateur à la fraîcheur irréprochable du produit, la certification assure un contrôle à chaque étape.

40 hypermarchés Auchan, soit un tiers des magasins, ont déjà obtenu la certification délivrée par Qualicert, premier organisme certificateur de services accrédité, donc gage de garantie et d'indépendance. Le certificat est accordé pour 3 ans avec un contrôle interne tous les mois et un contrôle de Qualicert trois fois par un.

La certification de services produits frais est la garantie de :

- une sécurité alimentaire renforcée,
- une grande transparence : les ateliers sont accessibles aux visiteurs,
- une écoute permanente du consommateur.

Auchan s'engage donc sur la qualité et la sécurité des produits en réalisant 20 000 analyses bactériologiques, 2 000 recherches de *Listeria*, 12 500 analyses de conformité chaque année en magasin. Egalement, il s'engage à la formation des employés en cas de crise alimentaire pour une mobilisation d'une cellule de gestion de crise en moins de 30 minutes et le retrait de tous les produits concernés en moins de 2 heures (*CF. ANNEXE 4 : Communication des messages de crises*).

PARTIE II

LA TRACABILITE

LA TRAÇABILITE

I. LES PRODUITS DE CHARCUTERIE

1. Qui sont-ils ?

On entend par ***produits de charcuterie***, toutes les préparations composées de viandes ou d'abats, de graisses animales, d'additifs autorisés et d'ingrédients nécessaires pour leur fabrication. Toutefois, ne sont pas considérés comme produits de charcuterie : les plats cuisinés, les extraits de viandes, les bouillons de viandes, les sauces de viandes, les produits traditionnels à base de viandes.

2. Le code des usages

Afin de répondre aux attentes des consommateurs, de leur garantir la qualité et le respect de la tradition française pour les produits de charcuterie, les fabricants (qu'ils soient artisans ou industriels) ont depuis 30 ans mis en place un système original et consensuel : ***le code des usages de la charcuterie, de la salaison et des conserves de viandes***. Ce code est la garantie de la qualité et de la tradition française pour plus de 350 produits de charcuterie.

Il recense et codifie les usages de toute une profession et tient lieu de référent pour les professionnels, les organismes de contrôle, les distributeurs et les consommateurs. La DGCCRF a approuvé ce code « qui pourra, sous le contrôle des tribunaux servir de référence, en France, pour s'assurer du caractère loyal et marchand des produits ».

Ce code a pour objectif de :

- mieux protéger le consommateur par une meilleure information sur les produits : appellation, composition…,

- d'apporter une plus grande clarification sur leur qualité par la définition pour la plus part d'entre eux, de deux ou trois niveaux de qualité (supérieur, choix et, dans certains cas standard),

- de limiter le recours aux additifs en imposant des restrictions d'utilisations par rapport à ceux autorisés par la réglementation communautaire,

- de garantir la loyauté des transactions pour plus de 350 produits.

L'édition 1997 du Code des Usages de la Charcuterie, de la Salaisons et des Conserves de Viandes comprend trois parties :

- *une partie définition des produits*

Les produits sont classés en 16 familles selon la technologie de fabrication (jambons, saucissons secs, pâtés et rillettes, andouilles et andouillettes, boudins…). Chaque famille est constituée de fiches définissant les produits de charcuterie qui la compose :

- définition des produits,
- ingrédients : viandes et autres ingrédients, additifs…,
- description des caractéristiques physiques, techniques et sensorielles,
- critères chimiques et microbiologiques,
- dénominations particulières : spécialités, produits régionaux…

- *une partie contrôle*

Elle recense les protocoles expérimentaux et les méthodes analytiques reconnus permettant de vérifier qu'un produit de charcuterie est conforme au Code des usages et à la réglementation. Elle comprend :

- contrôles métrologiques,
- contrôles chimiques,
- autres contrôles,
- extraits du code de la consommation.

- *une partie étiquetage*

Celle-ci reprend l'ensemble de la réglementation française et européenne et les textes d'application relatifs à l'étiquetage des produits définis dans le code.

En définissant de manière claire et précise les produits de charcuterie, le Code des usages contribue à préserver la richesse de notre patrimoine gastronomique : des galantines, des cervelas aux rillons, spécialités en croûte (…). Il est le maintien de la qualité des charcuteries.

3. La réglementation

Le règlement 178/2002 de janvier 2002, établissant les principes fondamentaux de la législation alimentaire et instituant l'Autorité alimentaire européenne comprend un article (article 18) relatif à la traçabilité des denrées alimentaires. A partir du 1er janvier 2005, il sera applicable pour toutes les filières et pour tous les opérateurs, y compris bien sûr, ceux de la filière porcine. En substance, il prévoit que chaque opérateur doit avoir connaissance de tous ses fournisseurs, de toutes ses matières réceptionnées, de tous ses clients et de toutes les denrées cédées.

Article 18
Traçabilité

1. La ***traçabilité des denrées alimentaires***, des aliments pour animaux, des animaux producteurs de denrées alimentaires et de toute autre substance destinée à être incorporée ou susceptible d'être incorporée dans des denrées alimentaires ou des aliments pour animaux ***est établie à toutes les étapes de la production, de la transformation et de la distribution***.

2. Les exploitants du secteur alimentaire et du secteur de l'alimentation animale doivent être en mesure ***d'identifier toute personne leur ayant fourni une denrée alimentaire***, un aliment pour animaux, un animal producteur de denrées alimentaires ou toute substance destinée à être incorporée ou susceptible d'être incorporée dans des denrées alimentaires ou dans des aliments pour animaux. À cet effet, ces exploitants disposent de systèmes et de procédures permettant de mettre l'information en question à la disposition des autorités compétentes, à la demande de celles-ci.

3. Les exploitants du secteur alimentaire et du secteur de l'alimentation animale disposent de ***systèmes et de procédures permettant d'identifier les entreprises auxquelles leurs produits ont été fournis***. Cette information est mise à la disposition des autorités compétentes à la demande de celles-ci.

4. Les denrées alimentaires et les aliments pour animaux qui sont mis sur le marché dans la Communauté ou susceptibles de l'être ***sont étiquetés ou identifiés de façon adéquate pour faciliter leur traçabilité***, à l'aide des documents ou informations pertinents conformément aux prescriptions applicables prévues par des dispositions plus spécifiques.

5. Des dispositions visant à appliquer les prescriptions du présent article en ce qui concerne des secteurs spécifiques peuvent être adoptées conformément à la procédure définie à l'article 58, paragraphe 2.

Il est donc de la responsabilité des divers opérateurs des filières agroalimentaires d'organiser la traçabilité de leur production et notamment de définir « les moyens d'assurer une traçabilité efficience » des produits qu'ils mettent sur le marché.

Quelques initiatives concertées ont été prises ces dernières années par les professionnels, mais elles demeurent peu nombreuses (*CF. ANNEXE 5: Rôle de l'ANIA dans l'amélioration de la traçabilité*).

Cependant une démarche de l'Association pour l'identification, la qualité et la traçabilité de la viande porcine française défini en 2001, les conditions d'utilisation du ***logotype « VPF*** » qui a pour principal objet l'identification des viandes de porcs françaises. Cette démarche implique tous les opérateurs de la filière, de l'alimentation à la distribution, notamment Auchan. Elle inclut non seulement des exigences en matières d'origine de l'animal mais également en matière d'alimentation et de traitements vétérinaires et l'archivage de ces informations. La démarche VPF est une démarche d'identification et de traçabilité.

VPF a été lancé par analogie à la viande bovine (VBF) sur le postulat que l'origine constitue en elle-même un élément pertinent de réassurance. Il reste que, même si le succès commercial semble conforter cette hypothèse, des ambiguïtés sur le concept demeurent au moins chez les artisans et les consommateurs. Cette démarche de type interprofessionnel ne règle pas le problème général de perception dont souffre la filière.

En effet, cette démarche VPF apporte une réelle contribution pour harmoniser les référentiels techniques et les cahiers des charges privés, notamment parce que la distribution est étroitement associée à VPF et en approuve le principe. Par ailleurs, le groupe de travail du CNA a estimé indispensable d'éviter toute confusion pour les consommateurs entre la démarche VPF et les signes officiels de qualité et d'origine.

4. Les attentes des consommateurs

Près de deux français sur trois jugent désormais que la traçabilité est une garantie de sécurité alimentaire, selon un sondage de l'IFOP-Agromarchés internationaux, rendu public le 15 février 2001.

Une enquête a été menée en 2000 par la Confédération syndicale des familles par le biais de 80 unions départementales pour faire le point sur les attentes des consommateurs en matière de traçabilité des viandes porcines et des produits de charcuterie.

Des fiches de renseignements leur ont donc été adressées en demandant concrètement aux consommateurs ce qu'ils souhaiteraient voir figurer sur les étiquettes de la viande de porc puis, plus largement ce qu'ils souhaitaient savoir sur la filière ou voir s'améliorer en matière d'information sur ce sujet. La fiche énumérait une dizaine de mentions : origine et lieu d'abattage, lieu de transformation, type d'élevage (en batterie ou sur caillebotis), liste des additifs, âge de l'animal, mention d'un signe officiel de qualité, teneur en graisses, indication pour les charcuteries de l'origine de la matière de l'emballage, date d'emballage. A cela, pouvait être ajouté tout type de suggestion ou d'observation.

Près de 1000 réponses ont été reçues. Elles font apparaître les tendances suivantes :

- Les mentions les plus demandées sont l'origine et le lieu d'abattage, la liste des additifs et le type d'élevage.

- Dans leur grande majorité, les consommateurs apprécieraient de voir sur l'étiquette s'il s'agit d'un porc élevé en batterie ou sur caillebotis. A défaut de cette mention, les consommateurs estiment que la traçabilité est incomplète.

- Les signes officiels de qualité sont considérés comme des éléments de réassurance et une attente forte de leur développement a été relevée.

- Enfin, il semble important pour les consommateurs de savoir, en ce qui concerne les produits de charcuterie, d'où proviennent les produits recouvrant la viande elle-même.

En conclusion, il ressort de cette enquête que les attentes sont très marquées pour des informations plus nombreuses et plus explicites, notamment car des craintes demeurent en

matière de sécurité sanitaire. La reconquête d'une certaine confiance ne semble pouvoir s'amorcer que si la filière porcine parvient à lever une impression d'opacité.

Une étude sur les produits carnés élaborés (après 3 mois d'enquête, d'interviews et d'analyse, 14 industriels analysés) a été publiée en juillet 2002 par EUROSTAF, premier éditeur d'études stratégiques et financières en France et filiale du groupe LES ECHOS. L'étude réalisée par EUROSTAF dresse un état des lieux chiffré de la filière des produits carnés élaborés.

Cette étude avait pour but de :

- Comprendre les fondements de la filière et mesurer ses perspectives
- Connaître les tendances actuelles par espèce (porc, volaille, boucherie) et par segment (cru élaboré, produits cuits, charcuterie, panés, traiteur)
- Analyser les stratégies des différents industriels
- Identifier les leviers d'optimisation du marché et du mix produit.

II. LA TRAÇABILITE

Le grand public a découvert la traçabilité lors de la crise de l'ESB appelée aussi crise de la « vache folle » et du retrait de la chaîne de distribution de certains produits agroalimentaires (eau, charcuterie…). Elle vise la sécurité des consommateurs et se rapporte aux qualités intrinsèques et aux attributs concrets du produit. Cependant, les pratiques actuelles des industriels conduisent le consommateur à croire que cette notion s'étend aux autres caractères du produit, aux services associés. Ainsi, la publicité qui met l'accent sur le repérage en temps réel du colis par le client suggère que le service offert est supérieur à celui des concurrents.
Au-delà de l'exigence légale, la traçabilité devient créatrice de valeur, un facteur d'amélioration de la qualité du produit et des services liés. Et, c'est avec 40 ans d'histoire de crises et de réglementations que la traçabilité est aujourd'hui au centre de toutes les préoccupations (*CF. ANNEXE 6: 40 ans d'évolution).*

1. Que recouvre la notion de traçabilité ?

La traçabilité a été définie en 1987 par la norme NF EN ISO 8402 comme : « l'aptitude à retrouver l'historique, l'utilisation ou la localisation d'une entité au moyen d'identifications enregistrées ». La norme NF EN ISO 9000 (version 2000) a donné la nouvelle définition de la traçabilité : « aptitude à retrouver l'historique, la mise en œuvre ou l'emplacement de ce qui est examiné ».

Au sens du règlement CE 178/2002, « elle est la capacité à retrouver, à travers les étapes de la production, de la transformation et de la distribution, le cheminement d'une denrée alimentaire, d'un aliment pour animaux, d'un animal producteur de denrées alimentaires ou d'une substance incorporée ou susceptible d'être incorporée dans une denrée alimentaire ou un aliment pour animaux ».

La traçabilité fournit à cet effet, les mécanismes de création d'un flux continu d'informations couplées à un flux physique de marchandise. Son objectif central vise donc à limiter la discontinuité de l'information tout au long de la chaîne alimentaire, au moyen d'un système de documentation et d'enregistrement des données liées aux transactions commerciales des opérateurs (factures, bon de commande). Etablir la traçabilité d'un produit consiste donc pour les opérateurs à avoir la capacité de transférer les informations relatives à ce produit, à chaque transaction ou cession, sous forme d'un étiquetage approprié ou de documents

d'accompagnement, et à enregistrer et conserver les informations acheminées (*éléments tirés de l'avis n°28 du CNA sur la traçabilité des denrées alimentaires adopté le 28 juin 2001*).

L'*entité* peut désigner une activité, un processus, un produit ou un organisme, une personne. Lorsqu'il se rapporte à un *produit*, le terme « traçabilité » peut se référer à l'origine des matériaux et des pièces, l'historique des processus appliqués au produit, la distribution et l'emplacement du produit après livraison.

Du point de vue de l'utilisateur, la traçabilité peut être définie comme le fait de suivre des produits qualitativement et quantitativement dans l'espace et dans le temps.

Du point de vue de la gestion de l'information, mettre en place un système de traçabilité dans une chaîne d'approvisionnement, c'est associer systématiquement un flux d'informations à un flux physique (*CF. ANNEXE 7: Relation entre flux de marchandises et flux d'informations).*

Il s'agit donc d'une démarche qui consiste à pouvoir retrouver la trace des différentes étapes et lieux de vie d'un produit (depuis sa création jusqu'à sa destruction), des données préalablement déterminées relatives à des lots ou des groupements de produits et ce, à partir d'un ou plusieurs identifiants clés.

Identifier et retrouver un produit ou un lot d'articles conduit à distinguer trois composantes de cette notion :

- ***La traçabilité de la matière*** ou "***tracing***" : recueillir et archiver les informations sur les caractéristiques du produit grâce au code à barres et à un numéro spécifique s'y rattachant.

- ***La traçabilité des flux physiques*** ou "***tracking***" : suivre géographiquement et en temps réel le produit et le rapatrier chez le fabricant au plus vite en cas de crise.

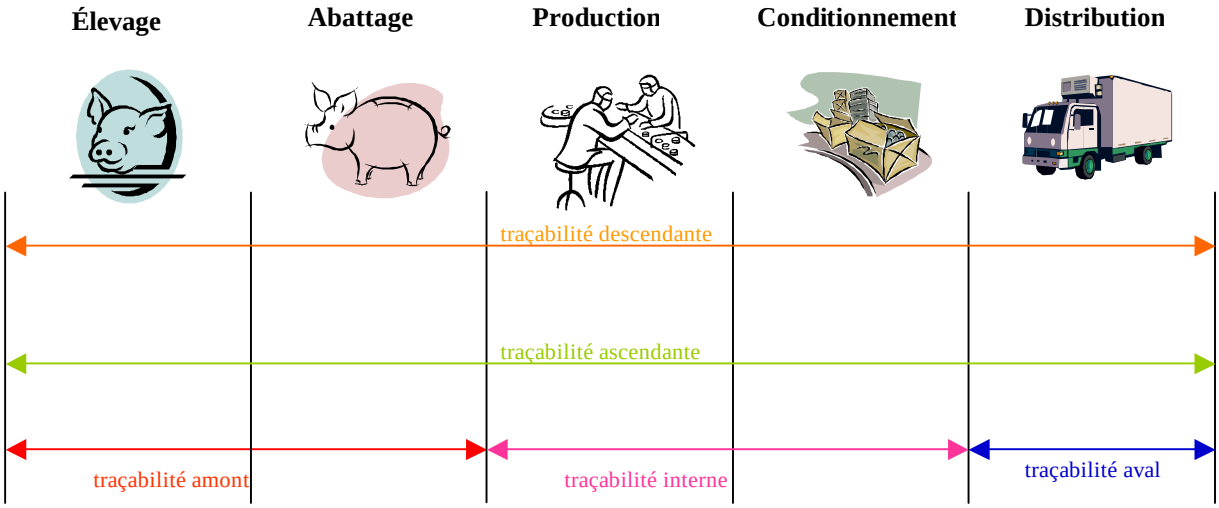
- ***La traçabilité collaborative*** : faire converger les pratiques des différents partenaires (producteurs, transporteurs, distributeurs voire utilisateurs) vers les mêmes exigences de contrôle et de sécurité.

La traçabilité n'est pas une simple démarche qui garantit la qualité, c'est un véritable système qui valorise la chaîne de production distribution.

Les différentes traçabilités

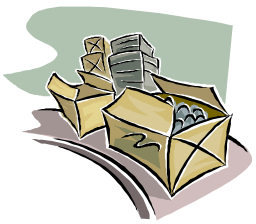
Les traçabilités ascendante et descendant

Les traçabilités amont, aval et interne



Exemple de fonctionnement

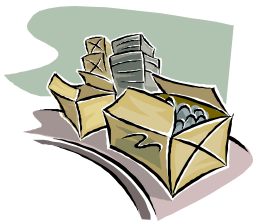
Traçabilité ascendante



1. Problème détecté sur les produits finis

2.. Détection des lots de MP incriminés

Traçabilité descendante



3. Rappel des lots incriminés

2. Les différentes traçabilités

Dans les flux de marchandises circulant entre différents acteurs de la chaîne d'approvisionnement, la notion de mémoire attachée aux événements est devenue une nécessité vitale dans les affaires afin de définir les responsabilités et l'origine des problèmes sanitaires. C'est ainsi que la traçabilité apparaît comme l'un des moyens réglementaires non discutable parmi les plus efficaces dans l'aide à la gestion du risque.

En amont, il s'agit principalement de cerner l'origine de toutes les matières premières utilisées en corrélation avec d'éventuels cahiers des charges. A ce stade, l'objectif est de garantir le respect du suivi des spécifications qualitatives dans l'ensemble du process de transformation.

En aval, le recours à la traçabilité permet le suivi des lots susceptibles d'être rappelés volontairement par les professionnels en cas de danger identifié ou sur injonction des autorités officielles. Elle fait suite à l'obligation internationale d'identification des denrées alimentaires conditionnées par un numéro de lot.

La ***traçabilité ascendante*** est la capacité, en tout point de la chaîne d'approvisionnement, à retrouver l'origine et les caractéristiques d'un produit à partir d'un ou de plusieurs critères donnés en vue de trouver la cause d'un problème qualité.

La ***traçabilité descendante*** est la capacité, en tout point de la chaîne d'approvisionnement, à retrouver la localisation de produits à partir d'un ou de plusieurs critères donnés en vue de servir en cas de rappel ou de retrait de produits.

La ***traçabilité amont*** désigne les procédures et outils mis en place pour pouvoir retrouver ce qui est advenu avant que tel type d'acteur considéré dans la chaîne d'approvisionnement (producteur, fournisseur, prestataire logistique, plate-forme de distribution, points de vente) ne devienne responsable légalement ou physiquement des produits.

La ***traçabilité aval*** désigne les procédures et outils mis en place pour pouvoir retrouver ce qui est advenu après le transfert de propriété ou après le transfert physique des produits de l'acteur considéré vers un autre tiers de la chaîne d'approvisionnement.

La ***traçabilité produit*** désigne le suivi qualitatif des produits (tracing) afin de pouvoir rechercher les causes éventuelles d'un problème qualité. Elle dépend du bon enregistrement des données liées au produit et de leur caractère exhaustif.

La ***traçabilité logistique*** désigne le suivi quantitatif des produits (tracking) afin de pouvoir localiser géographiquement les produits, de déterminer les destinations et les provenances en cas de rappels ou retraits de produits, ou pour en connaître l'origine.

3. Les enjeux de la traçabilité

Ce suivi présente de véritables enjeux pour les entreprises aussi bien financiers (moyens d'identification automatique et de saisie des données), organisationnels (adaptation de la structure et son intégration dans une chaîne de traçabilité), informationnels (confidentialité) que stratégiques (avantage compétitif, marché de la traçabilité).

À l'heure actuelle, la collecte et la diffusion des données obéissent à une préoccupation de gestion interne. Le contrôle du suivi est effectué par l'entreprise elle-même, ce qui pose le problème de l'objectivité et de la fiabilité des résultats. La traçabilité deviendra globale lorsque le client final sera associé à cette démarche.

La traçabilité est une nécessité permettant :

- ***de maîtriser la qualité*** : la mise en place d'un système de traçabilité permet de retrouver la cause des écarts de qualité. Elle s'inscrit dans une démarche de progrès et de rigueur. Elle garantit par ailleurs la véracité des informations présentes sur les produits,

- ***d'optimiser les rappels des produits*** : pour une localisation rapide et précise des produits incriminés, la traçabilité permet d'effectuer des retraits à moindre coût. De ce fait, elle est de nature à protéger l'image de marque d'une entreprise et donc d'apporter le maximum de garantie et d'assurance aux consommateurs,

- ***de maîtriser la logistique*** : avoir connaissance à chaque instant de la localisation de ses unités d'expédition, permet à toute entreprise d'optimiser la gestion des stocks, de suivre en temps réel ses livraisons et d'augmenter ainsi son taux de service client. Des stocks réduits sont synonymes d'avantage concurrentiel ; or, tracer la circulation des produits (traçabilité

logistique) est un impératif pour réduire les stocks, gérer les flux tendus, aller vers du suivi en temps réel et anticiper.

- ***de respecter la réglementation*** : les réglementations françaises et européennes contraignent davantage les entreprises à se doter d'outils de traçabilité propres à déterminer les responsabilités et permettant aux autorités de lutter contre les fraudes et de circonscrire un problème sanitaire.

- ***d'être un outil d'amélioration de la qualité hygiénique*** (DLC…) et ***gustative*** (AOC, label, agriculture BIO…) du produit,

- ***de s'imposer comme un véritable argument de vente*** et ***de marketing*** pour le consommateur en donnant une véritable valeur ajoutée au produit. Le terme de traçabilité a d'ailleurs été introduit dans une publicité télévisée à destination du grand public en 2000. La traçabilité est un argument de différenciation et un avantage concurrentiel auprès des distributeurs. Mais elle doit être construite comme un outil de confiance pour le consommateur. Ainsi, le Conseil demande aux pouvoirs publics de veiller à ce que la réglementation sur la publicité trompeuse soit scrupuleusement appliquée. Une traçabilité ne doit évidemment pas être mentionnée si elle n'est pas assurée.

Mais pour être pleinement efficace, la traçabilité doit devenir une *stratégie collective*. En effet, tous les acteurs d'une chaîne d'approvisionnement sont interdépendants et chacun se doit d'assurer la continuité du flux d'information avec son amont et/ou son aval. La traçabilité du maillon le plus faible détermine donc la traçabilité de toute la chaîne d'approvisionnement.

4. Les limites de la traçabilité dans la filière porcine

➢ *Limites techniques*

La principale difficulté technique dans la mise en œuvre de la traçabilité, c'est de procéder au mélange de nombreux ingrédients (auxiliaires technologiques, additifs, etc.), dans la mesure où des attentes d'informations pertinentes peuvent concerner le produit composé dans son ensemble mais aussi chaque ingrédient pris individuellement. La traçabilité est donc nécessairement compliquée à mettre en œuvre dans les produits de charcuterie, c'est dans ce but que les systèmes de traçabilité doivent être adaptés aux objectifs généraux de la filière.

Pour tenir compte de la complexification des chaînes d'approvisionnement et de la diversification des acteurs impliqués, la mise en place d'un standard universel de communication peut s'avérer à terme être la solution la plus fiable. La nécessité de disposer d'un langage commun d'un bout à l'autre de la chaîne et d'un système de traitement des données permettant un interfaçage s'avère donc importante.

- *Limites économiques*

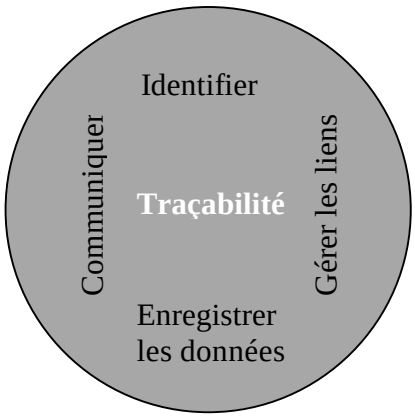
Les limites économiques constituent un arbitrage entre la tendance à payer pour savoir plus de la part du consommateur et le consentement à investir pour se donner les moyens d'en savoir plus de la part des acteurs économiques.

Comme dans toute filière, plusieurs ratios peuvent aider à préciser les limites économiques de la traçabilité : prix de la traçabilité / coûts commerciaux et de marketing, prix du traceur / prix de la denrée suivie…

5. Des principes et des choix

Quatre principes sont indissociables de la traçabilité. Si l'un d'entre eux n'est pas appliqué, l'entreprise se situe en dehors du périmètre de traçabilité, ou est responsable de la rupture de la chaîne d'information.

Les quatre principes clés sont :



- *Identifier les produits*

L'objectif est de suivre des produits tout au long de leur transformation. Pour cela, les informations tracées sont attachées aux lots de fabrications ou aux unités d'expédition qui ont subi une même transformation et ont donc les mêmes caractéristiques à tracer. Les entités tracées sont donc des lots de fabrication et/ou des unités d'expédition.

Gérer la traçabilité, c'est effectuer un suivi par lot de fabrication et par unité d'expédition.

- *Enregistrer les liens*

Les liens entre les lots et unités d'expédition successifs au cours de la transformation doivent impérativement être enregistrés. Il peut s'agir de liens entre les lots de fabrication, les lots de fabrication et unités d'expédition, et les unités d'expédition.

Au sein d'une entreprise, seule la gestion de tous ces liens et une comptabilité précise permettent d'effectuer les rapprochements entre ce qui a été reçu et ce qui a été produit et/ou expédié.

Si un des acteurs de la chaîne ne gère pas ces liens avec son amont et/ou son aval, on parle alors de rupture (ou perte) de traçabilité.

- *Enregistrer les données*

Ces données tracées sont des éléments variables du processus de transformation. Elles peuvent être directement reliées aux identifiants des lots ou regroupements de produits ou au numéro d'ordre de fabrication, à l'heure ou à toute autre information qui permet de faire un lien avec les lots de produits correspondants.

- *Communiquer*

Afin d'assurer la continuité du flux d'information, chaque acteur doit communiquer à l'acteur suivant dans la chaîne de production, les identifiants des lots ou regroupements de

produits tracés qui permettront à ce dernier d'appliquer à son tour les principes de base de la traçabilité. A ces identifiants clés s'ajoutent parfois des données complémentaires.

Le lien entre le flux d'information et le flux physique est assuré grâce à la référence aux identifiants de deux types de flux : numéro de message d'avis d'expédition, numéro séquentiel de colis, numéro de bon de livraison…

Toute traçabilité repose sur ces quatre principes indissociables (identifier, enregistrer les données, gérer les liens, communiquer). C'est la raison pour laquelle, la traçabilité doit être envisagée comme un instrument de crédibilité et de loyauté vis-à-vis des préoccupations du consommateur.

De nos jours, la traçabilité fait donc partie intégrante de tous les systèmes de certification (appellations d'origine, labels agricoles ou denrées issues de l'agriculture biologique).

6. Les objectifs de la traçabilité

Chaque entreprise a ses propres objectifs dans la démarche de traçabilité. Les principaux objectifs sont répertoriés dans le tableau suivant :

Qualité	- Prouver ou contrôler l'origine et l'historique d'un produit - Retrouver les causes des écarts - Identifier les lots - Suivre et optimiser un processus de production - Améliorer la qualité du produit	- Contrôle qualité - Cahier des charges interne et amont - Méthode d'analyse des risques et modes de défaillance - Système de certification
Sécurité sanitaire	- Effectuer les retraits et rappels des produits de manière ciblée et rapide - Faciliter l'identification et le suivi d'effets accidentels à long terme	- Base de données

Logistique	- Rationaliser les processus liés aux flux logistiques - Optimiser la gestion des stocks - Suivre le transport et les livraisons en temps réel - Maîtriser l'acheminement des produits - Connaître la démarque inconnue	- Cahier des charges des prestataires logistiques et transporteurs
Affaires juridiques	- Respecter la réglementation - Aider à déterminer les responsabilités - Aider à lutter contre la fraude - Aider à contrôler l'étiquetage	- Système de contrôle par des organismes tiers
Marketing/ Commercial	- Protéger une image de marque - Rétablir une proximité entre le consommateur et le producteur - Améliorer un service au client	- Cellule de gestion de crise

IV. LA SECURITE ALIMENTAIRE

1. Un temps d'avance pour la Distribution

Précurseurs en matière de sécurité alimentaire, les distributeurs ont réussi à transformer la demande de sécurité en d'excellents arguments marketing. Par exemple les fournisseurs, avant leur référencement, sont systématiquement audités dans certaines centrales d'achats et obtiennent ou non un « visa qualité » validé par des organismes extérieurs. Précurseur en matière de sécurité alimentaire, une enseigne comme Auchan a défini une politique des filières agricoles. Depuis plusieurs années, une politique active de partenariat avec le monde agricole est menée afin d'améliorer la qualité et la sécurité des aliments : démarche filière. Cette politique a nécessité la mise en place de cahiers des charges très rigoureux apportant des garanties de traçabilité et imposant des contrôles à tous les points de la chaîne d'approvisionnement.

2. La réponse réglementaire

La réglementation des denrées alimentaires n'est pourtant pas un phénomène récent, même si son développement réel ne date que d'un siècle environ. En effet, la première grande loi française en matière de répression des fraudes et des falsifications des produits agricoles et alimentaires date du 1er août 1905. Elle est aujourd'hui intégrée dans le Code de la consommation. Sur le plan international, c'est le Codex Alimentarius qui le premier a élaboré dès 1962 les premières normes, directives et réglementations concernant les denrées alimentaires. Sous l'égide du FAO (Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture) et de l'OMS, l'objectif à l'époque (et toujours en place actuellement) a été de protéger la santé des consommateurs, d'assurer la loyauté des pratiques dans le commerce international, comme de « guider et promouvoir l'élaboration, la mise en œuvre et l'harmonisation de définitions et d'exigences relatives aux produits alimentaires ».

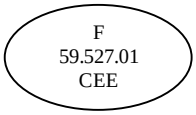
La législation impose aux producteurs de denrées alimentaires de faire figurer sur les étiquettes un minimum d'informations « exactes et loyales ». Ces informations sont les suivantes :

- la dénomination de vente du produit, c'est-à-dire son nom légal,
- la liste des ingrédients énumérés par ordre de poids décroissant qu'il contient (y compris les additifs),

- l'indication des conditions particulières de stockage et la température de conservation à respecter,
- la quantité nette et le poids brut du produit,
- le nom et l'adresse du fabricant, du conditionneur ou du distributeur,
- le mode d'emploi ou les précautions d'emploi particulières.

La marque de salubrité européenne (ou agrément sanitaire européen) est obligatoire pour les viandes et charcuteries, le lait, les œufs, les poissons et crustacés. Elle prouve que l'entreprise répond aux exigences européennes en matière d'hygiène (et que le produit a été contrôlé par les services vétérinaires du ministère de l'Agriculture).

Cette estampille comporte cinq indications à l'intérieur d'un ovale :



- le pays de provenance du produit : "F" pour la France,
- le numéro du département de provenance pour les produits français,
- les numéros INSEE de la commune dans le département de provenance,
- le numéro de l'établissement dans la commune de provenance,
- le sigle de l'Union Européenne : « CEE ».

3. L'analyse des risques

L'analyse des risques comporte 2 phases : ***l'évaluation*** et ***la gestion***. La phase d'évaluation consiste à cerner l'existence et les contours du risque pour la santé. Elle doit procéder d'une démarche scientifique indépendante. La phase de gestion des risques est essentiellement politique et consiste à arrêter des mesures concrètes permettant de supprimer le risque ou de le ramener au niveau retenu. Il s'agit le plus souvent d'interdictions diverses, d'obligations de résultats (normes microbiologiques pour un produit fini, teneur limite en résidus...), ainsi que d'obligations de moyens et d'informations des populations à risques.

4. Des obligations de maîtrise du risque

En matière de règles sanitaires et de qualité, la règle internationale est simple et claire : c'est aux professionnels eux-mêmes de définir les modalités de maîtrise et aux services officiels d'évaluer l'adéquation de ces modalités. D'une manière générale, lorsqu'il n'existe pas de problème de santé, les professionnels doivent pouvoir utiliser très librement tous les procédés et

tous les additifs au gré de leurs intérêts, afin qu'il n'y ait pas d'entrave administrative à l'innovation. A l'inverse, les professionnels ne doivent pas utiliser de solutions de facilité leur permettant de s'affranchir de tout ou partie des pratiques hygiéniques de fabrication. Il est recommandé que les méthodes de traitement comme l'usage d'additifs ou de conservateurs doivent être précédés de la démonstration de leur utilité, sans chercher à favoriser d'abord et uniquement une justification de moindre coût économique.

5. Les systèmes périphériques à la traçabilité

Dans le domaine alimentaire, la traçabilité est un outil récent de gestion de la sécurité et de la qualité des aliments ainsi qu'un instrument de validation de l'information accompagnant les produits. Il s'insère donc dans un dispositif existant où de nombreux instruments l'ont précédé avec des objectifs généraux de gestion de la qualité. Cela vaut par exemple, pour la mise sous assurance qualité des sites de production (Normes ISO 9001, ISO 14001), pour la mise en place du système HACCP, pour la mise en place de guides de bonnes pratiques d'hygiène et de fabrication ou de codes d'usage, etc. Ces systèmes qui peuvent prévoir, en outre, la réalisation d'audits pour la mise en place et le maintien des qualifications des sites de production peuvent s'avérer particulièrement adaptés à la mise en place de la traçabilité qui peut se concevoir comme partie intégrante du système de production et de gestion de la qualité.

En ce qui concerne les multiples formes de la certification de produits, notamment dans le cadre des signes officiels de qualité (labels, AOC, certificats de conformité, agriculture biologique), de nombreuses informations relatives aux modes de production et aux pratiques de fabrication, aux caractéristiques des produits eux même, sont enregistrées et conservées. Cette pratique facilite et permet implicitement de mettre en oeuvre la traçabilité des produits concernés. Mais il reste, en de nombreux cas, à organiser à partir de ces éléments une traçabilité plus continue et plus complète.

V. GENCOD

Gencod EAN France est la structure paritaire de concertation de l'industrie, du commerce et de leurs partenaires. Regroupant plus de 27 000 entreprises adhérentes, elle est chargée de définir et de diffuser les standards EAN. Gencod EAN France, entreprise à but non lucratif, gérée paritairement par les distributeurs et les fabricants, est membre fondateur et représentant français d'EAN International, association rassemblant les organisations de 101 pays.

Les standards de communication EAN (codes à barres, étiquettes radiofréquences et e-business) assurent l'efficacité de la chaîne d'approvisionnement. Leur utilisation optimise les processus du commerce électronique et la traçabilité des produits.

Au cœur de la chaîne d'approvisionnement, le monde du transport et de la logistique a acquis, en quelques années, une position stratégique incontournable. Ceci grâce à son professionnalisme et à sa réactivité face aux changements du marché.

Pour répondre aux exigences croissantes de leurs clients ou partenaires qui veulent à la fois un suivi en temps réel et en toute transparence de la marchandise ainsi qu'une réduction des coûts, transporteurs et prestataires doivent constamment rechercher des solutions qui améliorent l'efficacité de leur logistique.

Pour cela, ils disposent des standards internationaux EAN déjà mis en œuvre par leurs partenaires industriels et distributeurs. L'utilisation de ces standards parfaitement adaptés aux besoins spécifiques de chaque client, est la meilleure garantie pour l'ensemble des acteurs de la chaîne.

1. Le rôle du système EAN•UCC

Face à la diversité des acteurs et des chaînes d'approvisionnement, il est fondamental que les producteurs, les industriels, les grossistes, les prestataires logistiques et les distributeurs travaillent ensemble au développement de technologies et de standards qui permettent la continuité de la traçabilité « de la fourche à la fourchette ». Pour cela, une approche globale de la chaîne d'approvisionnement est essentielle. Elle n'est possible que par l'utilisation de standards

internationaux et multisectoriels intégrant tous les besoins d'échange d'informations d'entreprises.

Pour élaborer des processus commerciaux et des systèmes de traçabilité efficaces à moindre coût, il est indispensable de répondre aux attentes des consommateurs et aux contraintes légales par l'utilisation d'un même langage commun : les *standards EAN·UCC* permettent ce langage commun de la traçabilité.

L'utilisation de ces standards EAN•UCC améliore la communication entre les acheteurs, les vendeurs et les organismes tiers chargés de contrôles. C'est un système d'identification et de communication standardisé qui permet de surmonter les limites des systèmes de codification ou des langages spécifiques à une entreprise. (*CF. ANNEXE 8 : Le système EAN·UCC : identifier et communiquer pour mieux tracer*).

Le système EAN•UCC offre des outils pour identifier de manière internationale et sans ambiguïté tout produit ou service. Les codes EAN•UCC peuvent être représentés en codes à barres. Ils permettent l'identification automatique des produits par lecture optique et évitent la ressaisie des informations de traçabilité. Ils sont également utilisés pour l'EDI (*CF. ANNEXE 9 : L'EDI : relations fournisseurs/clients, gagnants/gagnants*).

La codification permet d'identifier de manière non ambiguë et rapide les produits, les acteurs et les lieux (d'origine ou de destination). C'est une pratique très largement utilisée par les entreprises en interne ou avec leurs partenaires commerciaux pour des applications commerciales, administratives et logistiques. Les standards internationaux de codification EAN•UCC sont par exemple le GTIN pour les unités commerciales, le SSCC pour la traçabilité logistique des palettes ou autres unités d'expédition et le GLN pour les entreprises. Un des enjeux est la continuité de l'information à travers l'utilisation d'un langage commun.

3. L'identification des produits

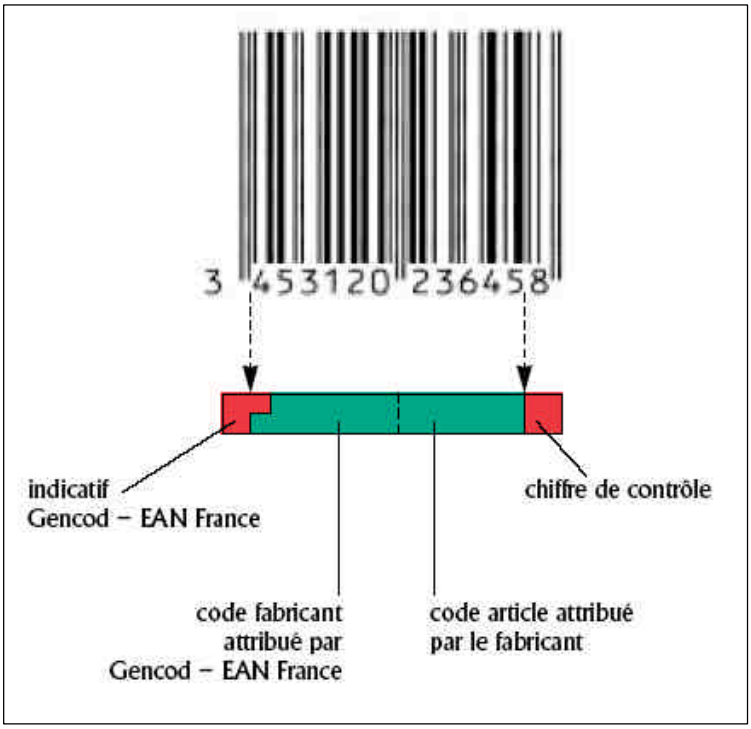
Les standards de codification EAN•UCC permettent d'identifier les unités consommateurs, les unités logistiques, les unités d'expédition. Ils permettent de répondre aux questions « Quoi ? Où ? Qui ? Quand ? Comment ? » d'amont en aval et entre les différentes filières.

La codification des produits est le préalable obligatoire pour mettre en place un système de traçabilité. Toutes les informations complémentaires, comme les numéros de lot, les DLC (ou DLUO), les numéros d'agrément, sont toujours des attributs des codes EAN d'identification de l'objet. Tout au long de la chaîne d'approvisionnement, divers intervenants (fabricants, prestataires logistiques, clients) manipulent des unités logistiques. Les standards internationaux EAN offrent la meilleure des solutions pour identifier les unités logistiques, permettre la saisie automatisée et échanger des informations.

- *L'identification d'une unité commerciale*

Une *unité commerciale* désigne une unité pour laquelle il est nécessaire de retrouver des informations prédéfinies, dont le prix peut être fixé, et qui peut être commandée ou facturée aux fins d'échanges commerciaux en n'importe quel point de toute la chaîne d'approvisionnement. Les unités consommateurs et les unités logistiques sont des unités commerciales. (*exemple* : un carton de boîte de pâté en conserve, jambon emballé en LS).

Le *code à barres* est un système de codage des biens de consommation courante. L'information est représentée par une succession de barres et d'espaces de différentes largeurs dont la juxtaposition représente des données numériques et alphanumériques :



Ce système est un outil de fiabilisation des données : il élimine les erreurs dues aux saisies manuelles, notamment lors de changement d'atelier. Il est un outil de gestion de l'entreprise (production, stocks, commandes) et d'utilisation simple et rapide. Il est bien adapté à la saisie d'informations répétitives telle que l'identification des produits en réception et offre des standards largement utilisés aujourd'hui.

Il existe de nombreux types de codes à barres de différentes densités et correspondant à différents types d'application : EAN 13, UCC/EAN 128… (*CF. ANNEXE 10 : Marquage complémentaire en magasin*).

Chaque article a un code qui lui est propre représenté par un ensemble de barres foncées sur fond clair. La norme internationale EAN correspond à un format de codification à 13 ou 8 chiffres. Les codes les plus répandus sont constitués de quatre parties :

- indicatif Gencod – EAN France (pour la France : 03),
- code fabricant attribué par Gencod – EAN France,
- code article attribué par le fabricant,
- chiffre de contrôle.

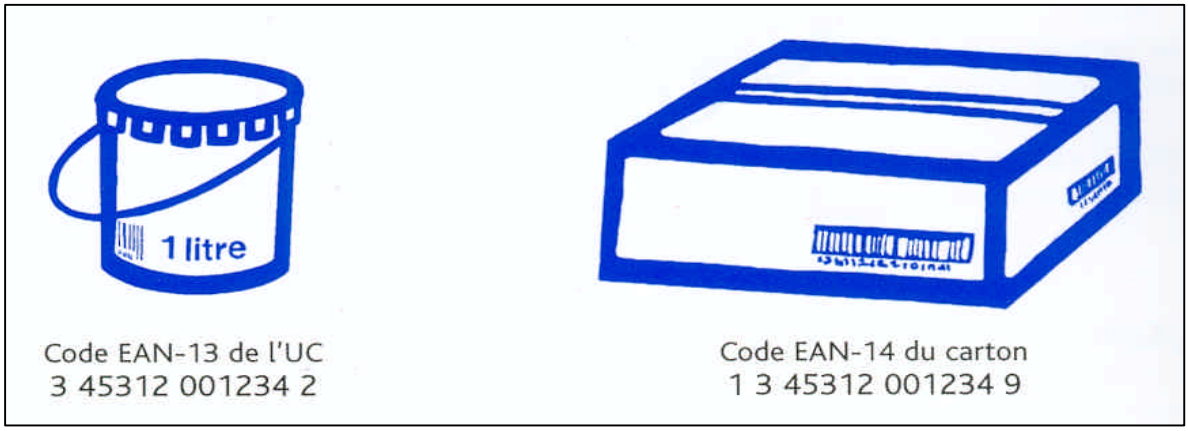
Les *unités logistiques standard* sont identifiées par un code à 14 chiffres. Ce code permet la reconnaissance physique et le comptage de ces unités lors des opérations de préparation, de transport, de réception et de stockage. Les données rattachées à ce code peuvent être :

- le libellé,
- le fournisseur,
- le propriétaire de la marque,
- la composition,
- les caractéristiques,
- le processus de fabrication,
- le label,
- les dimensions,
- le poids,
- les instructions de manutention.

Pour composer ce code, le créateur de l'unité logistique a le choix entre deux solutions :

- attribuer à l'unité logistique un *code EAN-13* spécifique, selon les règles définies pour les unités consommateurs.

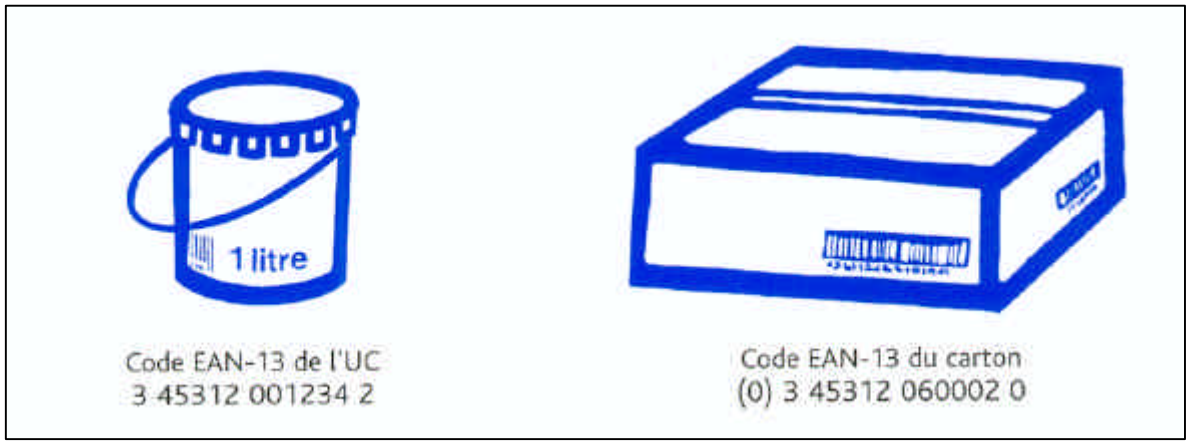
Ce code à 13 chiffres est complété à gauche par un zéro. Un exemple est présenté ci-dessous :



- construire un code à 14 positions à partir du code de l'unité consommateur contenue, précédé d'un chiffre compris entre 1 et 8.

I													C

Avec I = indicatif (chiffre compris entre 1 et 8)
C = clé de contrôle calculée sur les 13 premiers caractères selon la méthode habituelle



Le choix entre ces deux codes appartient au créateur de l'unité. Cependant, si l'unité logistique est susceptible de passer aux caisses de sortie des magasins, elle doit être nécessairement identifiée par un code EAN-13. Dans les autres cas, le choix reste ouvert sachant que l'une et l'autre des solutions sont inscrites dans les standards EAN.

- *L'identification d'un lot de fabrication*

Il n'existe pas de standard pour l'identification d'un lot de fabrication. Il est attribué par le producteur, le fabricant ou le conditionneur. En conséquence, et afin d'assurer l'unicité de l'identification du lot, le numéro de lot doit être non ambiguë pour une même référence produit. Les données rattachées à ce code peuvent être :

- la date/heure de fabrication,
- la DLC (ou DLUO),
- la ligne de production,
- le numéro d'échantillonnage.

- *L'identification des unités d'expédition*

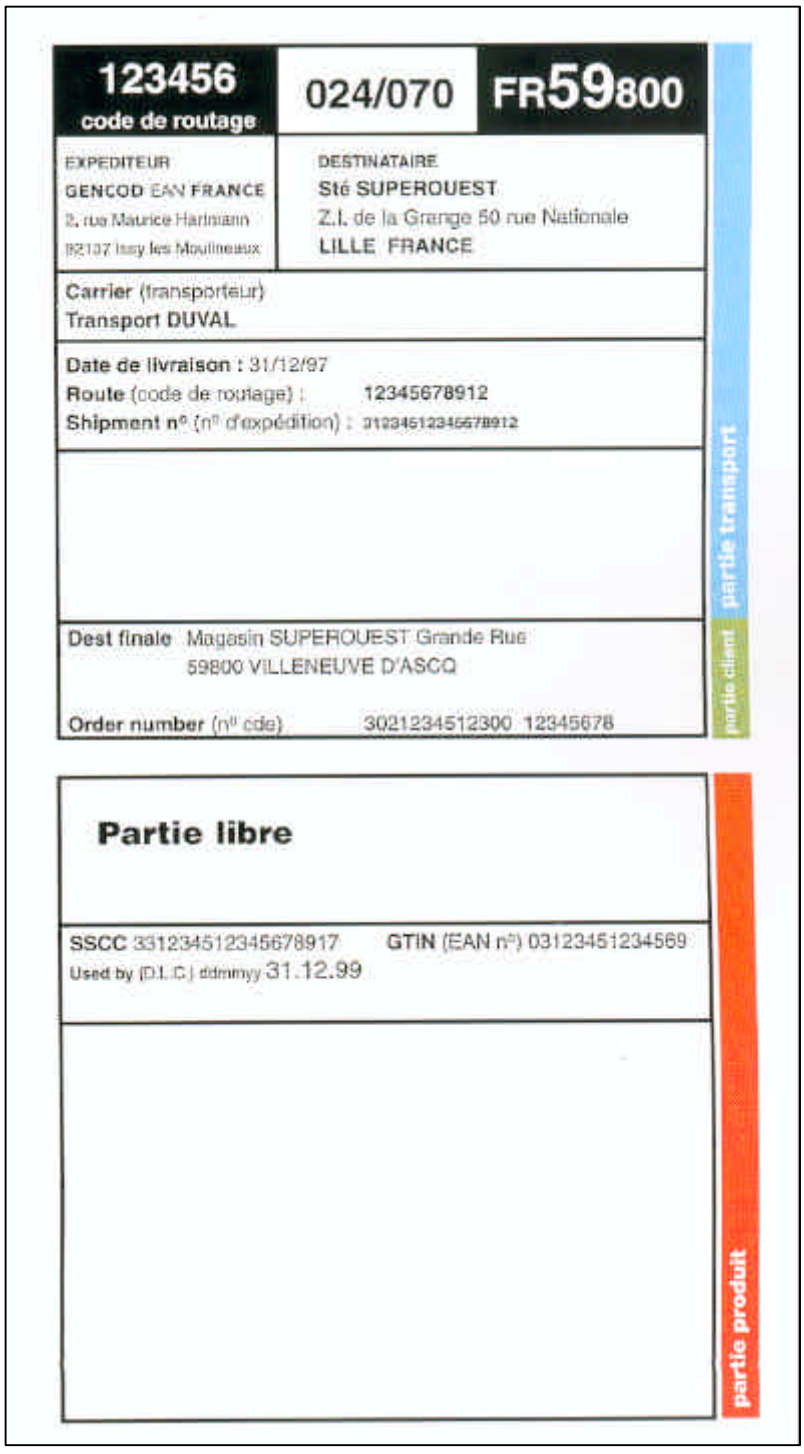
Une des principales applications de l'étiquette EAN traite du suivi logistique. Ce suivi fait appel à plusieurs niveaux d'informations qui concernent le produit, le transport et le client. Pour que les codes à barres représentant les données utiles soient facilement exploitables, l'étiquette de la palette standard compte des données pour assurer :

- la traçabilité de la palette avec les le numéro SSCC,
- l'identification de l'article contenu avec le code EAN,
- le contrôle de réception avec les quantités,
- le contrôle qualité avec les dates de fabrication et de validité,
- la traçabilité du produit avec les numéros de lot de fabrication ou de série.

Le format a été défini de telle façon que les besoins du traitement manuel soient assurés aussi bien que ceux du traitement informatisé. Le standard comporte 3 grandes parties :

- en haut, une zone libre dans laquelle l'entreprise peut imprimer son logo ou toute autre information la concernant,
- la seconde partie, au centre, est réservée aux informations en clair qui sont par ailleurs codées dans la zone de symbolisation de l'étiquette. Chacune des

Exemple d'étiquette logistique standard EAN·UCC.



informations est introduite par un mot clé qui, dans le cadre d'une saisie manuelle, doit faciliter le développement de menus de saisies sur des terminaux portables. Le standard prévoit par exemple que la notion de numéro séquentiel de colis soit précédée du mot-clé « n° de colis »,
- la troisième partie est celle destinée aux codes à barres.

Trois types d'information en clair peuvent apparaître sur l'étiquette :
- l'information en texte libre, définie par le fournisseur et/ou le fabricant,
- l'interprétation des codes à barres : ce sont des caractères lisibles situés sous le code à barres. Ces informations sont utilisées comme moyen de contrôle,
- les données en clair, saisie manuelle des données pour permettre une lecture des données sans équipement particulier.

Parmi ces standards, l'étiquette logistique EAN•UCC comprend une référence mondiale unique : le numéro séquentiel de colis (SSCC). Ce SSCC constitue le seul identifiant possible pour les unités logistiques et le code permanent permet d'identifier toute une unité d'expédition.

Cette identification permet à chaque acteur de la chaîne logistique d'utiliser une solution standard pour toutes les opérations de traçabilité et de suivi.

Codifier les unités logistiques, marquer en code à barres selon les standards EAN, c'est permettre :
- de commander le bon produit dans la bonne logistique,
- de contrôler la préparation et l'expédition,
- de suivre les opérations promotionnelles,
- de facturer le bon produit dans les conditions convenues,
- d'optimiser le stockage,
- d'optimiser les opérations d'éclatement sur plate-forme,
- de contrôler la réception,
- d'automatiser les inventaires,
- de tracer les marchandises, contribuant à l'obtention de la certification ISO 9001, version 2000.

4. EAN•UCC : un standard international d'identification et de traçabilité

Le numéro séquentiel de colis SSCC est non significatif. Ce numéro est identifié par un préfixe appelé identifiant de donnée (AI) et qui a pour valeur 00. La donnée, c'est à dire le numéro de SSCC, comporte 18 chiffres. Ainsi toute unité logistique peut être reconnue par tous les acteurs de la chaîne d'approvisionnement avec un standard international.

➢ *Une solution sécurisée*

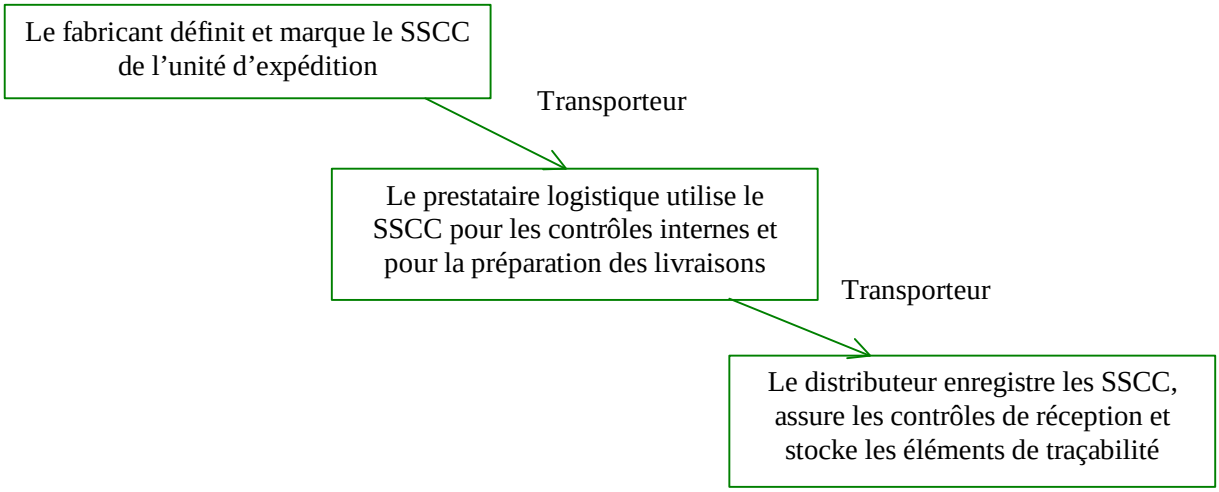
La symbologie UCC/EAN 128 sur l'étiquette logistique permet une saisie de l'information parfaitement fiable. La structure du code à barres est standardisée, elle est pourvue de dispositifs do contrôle.

➢ *Un outil de traçabilité*

Les informations portées sur l'étiquette EAN•UCC sont valables pour l'ensemble des partenaires de la chaîne d'approvisionnement : fournisseur, grossiste, prestataire logistique et client. L'étiquette logistique EAN•UCC permet d'éviter des redondances d'informations et contribue donc à diminuer les risques d'erreurs. C'est en général le fabricant qui appose l'étiquette qui servira sur toute la chaîne logistique.

➢ *Les flux de marchandises*

Lors du suivi des expéditions, le besoin d'informations des partenaires peut être différent des autres besoins logistiques. Le flux d'informations qui accompagne le flux physique est échangé par différents moyens. Le plus efficace et le plus fiable est sans conteste l'EDI. Cependant, en pratique, les partenaires n'ont pas tous encore mis en œuvre ce circuit de communication complètement automatisé. Faire figurer, en code à barres, différentes informations sur les unités d'expéditions apporte alors facilité et souplesse lors de leur manipulation.


Le fabricant définit et marque le SSCC de l'unité d'expédition
Transporteur
Le prestataire logistique utilise le SSCC pour les contrôles internes et pour la préparation des livraisons
Transporteur
Le distributeur enregistre les SSCC, assure les contrôles de réception et stocke les éléments de traçabilité

Le concept EAN d'étiquette pour les unités d'expédition permet de représenter sous forme codée et en clair des informations rendues disponibles à différents stades du circuit logistique. Ainsi, cette étiquette regroupe trois natures d'informations :

- les informations relatives à l'unité logistique : en particulier le SSCC (seul obligatoire), l'identification de l'unité (si le besoin est) et les informations concernant la fabrication,

- les informations destinées au client, spécifiques à celui-ci ou liées à la commande,

- les informations se rapportant au transport.

Le SSCC, identifiant unique de l'unité d'expédition, figure également sur le message d'avis d'expédition (DESADV).

➢ *Les flux d'informations*

EANCOM est le langage EDI de la communauté EAN basé sur l'UN/EDIFACT. Ce langage est constitué d'un ensemble de messages destiné à répondre aux pratiques de tous les acteurs de la chaîne d'approvisionnement. Au 1er janvier 2005, de nouvelles règles vont régir les chaînes d'approvisionnement agroalimentaires !

Les responsabilités peuvent se résumer en répondant aux questions suivantes :

- Êtes-vous capable d'identifier les marchandises que vous réceptionnez, que vous transformez et que vous expédiez ?

- Enregistrez-vous de façon systématique les informations qui y sont associées ?

- Disposez-vous de systèmes et procédures vous permettant d'identifier vos fournisseurs et les produits qu'ils vous ont livrés ?

- Disposez-vous de systèmes et procédures vous permettant d'identifier vos clients et les produits que vous leur avez livrés ?

- Êtes-vous capable de fournir aux autorités compétentes ces informations à chaque fois qu'elles vous le demandent ?

- En cas d'incident, êtes-vous capable de retirer du marché l'un des produits que vous avez fabriqués, transformés ou distribués ?

PARTIE III

L'AUDIT

L'AUDIT

I. DEFINITION

Selon le Petit Robert, le vocable « audit » tient son étymologie du latin *auditus* « entendu ». Il s'agit donc bien de réponses à questions formulées à une personne capable d'entendre et, surtout, capable de comprendre les réponses, puis de les transmettre à d'autres acteurs : c'est le rapport d'audit.

Lors d'un audit, deux personnes au moins sont présentes :

- celui qui formule les questions, de façon impartiale et attend les réponses : *l'auditeur*
- celui qui répond et donc accepte le jeu questions-réponses : *l'audité.*

Le commanditaire de l'audit est celui qui décide que l'audit doit être fait.

L'audit interne « est un examen méthodique et indépendant en vue de déterminer si les activités et résultats relatifs à la qualité satisfont aux dispositions préétablies, si ces dispositions sont mises en œuvres de façon efficace et si elles sont aptes à atteindre les objectifs » (ISO 8402).

« L'objectif de l'audit interne est de déterminer l'aptitude d'un organisme à satisfaire durablement aux exigences de ses clients et à leur donner confiance par la mise en œuvre d'un système de management de la qualité efficace, conforme aux exigence de la norme ISO 9001 (version 2000) ».

L'audit interne est donc une activité d'autoévaluation qui a pour objectif de percevoir cette aptitude de l'organisation à respecter sa finalité, laquelle est régulée par l'adoption du référentiel ISO 9001 (version 2000).

Il existe différentes catégories d'audits qui se divisent en trois grandes familles en fonction de la nature du commanditaire de l'opération :

- *L'audit interne* : commandité par la direction. Il est demandé pour son propre organisme. L'audit interne est un processus clé d'un système qualité. C'est un processus d'autoévaluation.
- *L'audit externe* : il est commandité par un client de l'organisme. Il est déclenché à la suite d'un événement extraordinaire (crise, problème de livraison, traçabilité).
- *L'audit de certification* : il remplace le deuxième et a permis de standardiser les pratiques et de réaliser l'audit en toute objectivité.

II. RESULTATS DE L'ETUDE TRAÇABILITE

1. Présentation

Afin de répondre à la problématique suivante : « ***Le système de traçabilité des produits de charcuterie AUCHAN est-il en mesure de satisfaire les attentes de chaque acteur de la chaîne logistique globale ? »,*** nous avons réalisé des audits à toutes les étapes de la chaîne d'approvisionnement (*CF. ANNEXE 11*: *La méthodologie des audits*).

Pour nous permettre d'y répondre, notre réflexion s'est basée sur les trois axes suivants :

- faire un état des lieux du système de traçabilité dans la chaîne d'approvisionnement des produits de charcuterie,
- connaître les attentes de chaque acteur présent tout au long de celle-ci,
- connaître les exigences de leurs concurrents en matière de traçabilité vis-à-vis des fournisseurs.

2. Les interlocuteurs

Afin de réaliser un état des lieux du système de traçabilité, dans la chaîne d'approvisionnement d'Auchan, nous avons réaliser plusieurs audits, à trois niveaux de cette chaîne : chez les fournisseurs, aux plates formes et dans les magasins. (*CF. ANNEXE 12, 13, 14* : *Questionnaires*).

Nos interlocuteurs ont donc été les suivants :

- *Les fournisseurs*

  - **S.A. VASSEUR – NASCO** *Charcuterie du terroir*
    PME de 40 personnes
    Personne auditée : Responsable qualité
    Spécialités : saucisson de cheval et pur porc, merguez, tripes, pâtés et terrines, produits polonais.
    Produit MDD : cochonette (galantine)

- **St GERY** *Maître charcutier*
  PME
  Personne auditée : Responsable qualité
  Produits : andouillette, andouille, pâté aux endives, libre service à la coupe
  Produits sous leur marque
- **JEAN CABY**
  Personne auditée : Responsable qualité
  Produits de charcuterie libre service

- *La plate forme et l'entrepôt*

  - **Plate forme Libercourt HAYS**
    Personne auditée : Responsable interface Auchan/prestataire
    Produits frais

  - **Entrepôt Auchan d'Amiens**
    Personne auditée : approvisionneur épicerie salée
    PGC, boissons

- *Les magasins*

  - **Centre Commercial FACHES** Stand traditionnel
  - **Centre Commercial RONQC** Stand charcuterie
  - **Centre Commercial ENGLOS** Produit frais, libre service, Stand
  - **Centre Commercial LEERS** Stand charcuterie.

Nous n'avons pas pu auditer le centre commercial V2 pour cause de travaux.

III. SYNTHESE

1. Les tableaux

Pour pouvoir répondre à ces trois points, nous avons réalisé une synthèse de tous les audits sous forme de tableaux. Ainsi, nous avons pu évaluer le système de traçabilité de chacun en déterminant les points faibles et les points forts. La suite du rapport se présente de la manière suivante :

- synthèse des fournisseurs,
- synthèse de la plate forme et de l'entrepôt,
- synthèse des magasins.

(*CF. ANNEXE 15 : Les résumés des audits*).

FOURNISSEURS		St Géry	SA VASSEUR	Jean CABY
Support de traçabilité		- Système informatisé depuis mai 2003 (OCTIS "Qualitrace").	- Support papier, - Enregistrement informatique de ces informations, - Listing balance informatisé en fin de semaine.	- 50% papier (amont et gestion de production), 50% informatisé (flashage des viandes à réception, - DATASELECT pour traçabilité aval).
Base des informations		- Toutes MP (viande, épices).	- Toutes MP (viande, épices), - Liste d'allergènes sur épices, analyses microbiologiques.	- Toutes MP (viande, épices) et machines.
Signification des informations traçabilité	*Informations codées*	- N° agrément, - Date de retrait, - Code emballeur, - Code à barres (EAN 13), - N° de lot (numéro de semaine + jour de fabrication).	- Code emballeur, - Code à barres (EAN 13), - N° d'agrément, - Date de retrait, - N° de lot (9 chiffres).	- Code emballeur, - Code à barres (EAN 13), - N° d'agrément, - Date de retrait, - N° de lot : produits tranchés (3 chiffres), produits secs et jambons (6 chiffres).
	Informations en clair	- Dénomination produit, - Ingrédients, - Date de conditionnement, - DLC	- Dénomination produit, - Ingrédients, - Date d'emballage, - DLC	- Dénomination produit, - Ingrédients, - DLC.
Ecriture des informations	*Sur le produit*	- Etiquette avec : dénomination du produit, ingrédients, date de conditionnement, DLC, Numéro de lot	- Etiquette avec DLC, numéro de lot, code emballeur, date de retrait, numéro de fabrication, numéro d'agrément	- Imprimé sur l'emballage : DLC, numéro de lot, code emballeur, date de retrait, numéro de fabrication, numéro d'agrément.
	Sur le carton	- Etiquette avec : dénomination du produit, Ingrédients, Date de conditionnement, DLC, Numéro de lot, Poids total.	- Etiquette avec : nom du client, adresse, dénomination du produit, DLC, numéro de lot, date de retrait, numéro d'agrément, poids total.	- Etiquette colis avec : dénomination, code à 4 chiffres (informations sont reprises dans un code barres) ; étiquette de préparation de commande. - Même étiquette pour produits stand et LS.
	Sur la palette	- Etiquette pré imprimée par Auchan avec nombre de colis total, destination écrits à la main.	- Nombre de colis, nombre de produits, numéro de BL, adresse du client : écrites manuellement sur papier scotché sur la palette.	- Pas d'étiquette palette (car étiquette carton et étiquette de préparation de commande).

Documents traçabilité (expédition)	- BL pour la plate-forme - Sur la facture : N° de lot, N° BL, référence commande, nom du transporteur, - Bon de ramasse pour le transporteur.	- BL informatisé (code client, réf. commande, détail commande) - Bon d'expédition manuel (nombre de colis, détail commande, date de livraison).	- BL : nom du produit, nombre de cartons, poids, code barres produit, n° client, n° de commande. - Facture est générée à partir du BL : n° client, n° de BL, n° de commande.
Lien des informations traçabilité sur documents	- Facture/BL : date, référence commande.	- Sur commande, jour de fabrication et de glaçage, numéro du BL, nombre de colis rajoutés à la main)	- N° de commande retrouvé sur BL et facture (documents informatisés)
Développements du système traçabilité	- Finalisation de leur système par OCTIS.	- Passage à un système informatisé d'ici 2005.	- 100% informatisé dans les 4 à 5 ans.
Points forts	- On retrouve facilement les informations par la date d'envoi (traçabilité amont) traçabilité informatisée, suivi de la fabrication : (température) : **on retrouve les informations facilement (traçabilité aval)** **Prochainement : N° lot sur le BL et facture.**	- Système papier bien géré (classeur MP, fabrication, glaçage). On retrouve facilement les informations (traçabilité amont) Listing balance (différents critères de classement selon code produit, code fournisseur, quantité commandée) : **on retrouve facilement les informations (traçabilité aval).**	- Logiciel Dataselect : listing à partir du n° de commande, du code client, de la date d'expédition, du n° de lot, du code produit. **On retrouve facilement les informations (traçabilité aval).** Recherche à partir du n° de lot et de la DLC. (code article et du n° de lot).
Points à améliorer		- Pertes d'informations potentielles lors de la fabrication (éclaboussures, graisse).	- Etiquette palette pour avoir le poids total, le nombre de colis sur la palette.
Attentes AUCHAN	- Fortes exigences d'AUCHAN (critères qualité, date de retrait).	- Fortes exigences d'AUCHAN (critères qualité : audits annuels, date de retrait).	- Dire de suite le nombre de pièces livrées, les clients (magasins, PF), l'origine de la viande utilisée, jour de fabrication, période de fabrication avec tel lot de viande ou d'épices, Trace One (CDC) Jean CABY répond déjà aux exigences, il faut utiliser le langage Trace One
Exigences de la concurrence	- Mêmes exigences pour CARREFOUR.	- non divulguées.	- Mêmes exigences (pour une DLC et un n° de lot) Hardiscount moins exigent, mais pointilleux pour les CDC. Casino, Carrefour = Trace One.

PLATE FORME/ ENTREPOT	***Plate forme de Libercourt Hays***	***Entrepôt Amiens***
Outil d'exploitation des commandes	- Logistar	- EDI
Documents à la réception	- Document du fournisseur - Bon de livraison	- Bon de réception : désignation produit, code interne, quantité, - Ordre de livraison du fournisseur : désignation produit, code EAN, quantité, N° de commande, N° BL (Dépendent du fournisseur)
Contrôles à la réception	- Température camion, - Comptage colis, - Contrôle EAN, Etat physique de la marchandise (endommagements).	- DLUO rentrée manuellement, - Nombre de palettes, - Nombre de cartons, - Etat physique de la marchandise (endommagements), - Flashage du Gencod pour entrer en stock le produit
Traitement des manquants ou inversions	- Lettre de réserve envoyée au fournisseur et aux magasins, - Stockage marchandise 72 heures.	- Si le produit n'est pas référencé → renvoi au fournisseur, - Sinon, le produit est entré dans les stocks.
Procédure pour les produits endommagés	- Auprès du SAV - Stockage marchandise 72 heures (délai reprise fournisseur.	- Le produit est obligatoirement refusé : • Si gros volume → le fournisseur reprend la marchandise • Si petit volume → la marchandise est mise à la benne

Préparation commandes	- Edition d'un bon de ventile donnant la répartition de la marchandise par magasin, - Le produit est flashé en sorti ce qui valide le bordereau de livraison, - Vérification visuelle des palettes, - Comptabilisation des manquants précisé sur la balise palette.	- Edition d'une extraction de commandes pour chaque magasin → décompte informatique de la marchandise stockée, - Impression des étiquettes label (désignation produit, code produit, PCB) - Label collé sur les cartons, au-delà de 10 cartons, étiquette collée sur le 1er et le dernier, - Contrôle de fiabilité de la préparation : au-delà de 35000 cartons, 900 sont vérifiés - Edition du BZ mis sur la palette, - Vérification du nombre de palette avec la feuille de chargement.
Informations notées sur les palettes	- Balise palette - Détails de tous les produits - Numéro de commande	- Code Amiens, - Code magasin, - Numéro de palette, - Nombre de colis, - Date de livraison.
Documents transmis à l'expédition	- Balise palette - Bordereau de remise transport - Listes de écarts - Avis d'expédition - Lettre de voiture	- Fiche palette - Feuille de route
Informations conservées (durée)	- Bon de ventilation (24 heures)	- Fiche palette (BZ) = 1 an
Propositions d'améliorations	- Meilleure compréhension avec les magasins - Meilleure communication des informations transversales	- Avoir le numéro d'EAN sur le label - Identifier une zone prison, ou mieux identifier les palettes consignées.

MAGASINS	*ENGLOS*	*RONCQ*	*FACHES*	*LEERS*
Documents de traçabilité réception	- Bon de groupage (fait foi de bon de livraison) envoyé par la PF, - Avis d'expédition, - Etiquette palette, - Listing des manquants à la fin de la réception ;			
Liens des informations de traçabilité entre les documents	- Numéro de commande sur le bon d'expédition et sur le bon de valorisation.			
Problèmes vus à la réception	- Produits manquants, - Inversions de produits.			
Problème de lecture des informations sur le produit	- Rare mais difficulté quand présence d'inversion.	- Etiquettes effacées mais problème assez rare.	- Etiquette produit peut s'envoler mais rare.	- Date illisible mais rare.
Outils de gestion de la traçabilité	- Cahier de suivi des dates en charcuterie traditionnelle, - Etiquettes produits récupérées, mises dans des « boîtes traçabilités » jour/jour puis conservées les 1 semaines suivantes.	- Pas de cahier de suivi des dates, - Etiquettes produits récupérées, mises dans des « boîtes traçabilités » jour/jour puis conservées les 1 semaines suivantes	- Pas de cahier de suivi des dates, - Etiquettes produits récupérées, mises dans des « boîtes traçabilités » jour/jour puis conservées les 1 semaines suivantes	- Cahier de suivi des dates en charcuterie traditionnelle, - Etiquettes produits récupérées, mises dans des « boîtes traçabilités » jour/jour puis conservées les 2 semaines suivantes.
Procédure de gestion de crise	- Envoi d'un message DIRQUA par mail au responsable rayon, - Envoi d'un fax rouge à la sécurité, - Vérification si le magasin est concerné par le produit (numéro de lot), - Retrait des produits en rayon et en réserve par la sécurité et/ou le responsable, - Vérification visuelle des retraits de tous les produits incriminés, - Produits isolés en attente d'un message de confirmation.			
Devenir des produits défectueux	- Mise des produits en prison (chaque rayon a sa prison).	- Mise des produits en prison	- Local retour	- Pas de zone prison, - Les produits mis sur palette filmée avec d'information, - Avoir le numéro de lot sur bon d'expédition.

Points à améliorer		- Mettre en place un cahier des DLC		- Création d'une zone prison, - Mettre en place des contrôles de température à la réception, - communication de la PF lorsque la commande se fait en 2 fois.
Propositions d'amélioration par les responsables de rayon	- Contrôle de la PF = 100% par rapport au contrat date, - Problème de casse et d'inversion à améliorer.	- Justesse des contrats dates (pas de lissage), - Archivage de toutes les données de traçabilité dans un Gencod (DLC, DLUO…).	- Etiquette autocollante sur les produits	- Etiquette autocollante, - Mettre le numéro de lot pour les produits frais emballés, - Mettre en place un système équivalent à celui de la boucherie, - Améliorer les contrats dates.

2. Interprétation

➢ Etat des lieux de la traçabilité

Evaluation des systèmes de traçabilité chez les fournisseurs

Le système de traçabilité est soit géré informatiquement soit manuellement. Tous tracent les viandes et les épices entrant dans la fabrication des produits.
Nous retrouvons sur l'emballage des produits, les informations relatives à la traçabilité conformément à la réglementation. En ce qui concerne le numéro de lot, son codage varie selon le fournisseur.

De plus, la date d'emballage n'est pas spécifiée sur les produits de Jean Caby à l'inverse de ceux de St Géry et de Vasseur. Toutes ces informations sont directement imprimées sur l'emballage des produits Jean Caby, et sur une étiquette pour St Géry et Vasseur.

Concernant les unités de distribution (cartons), nous retrouvons pour les trois fournisseurs, des étiquettes reprenant les mêmes informations collées sur le produit, mais avec quelques différences comme la notation du poids total (Vasseur et Jean Caby) et l'étiquette de préparation commande (Jean Caby). Seul Jean Caby retranscrit les informations de l'étiquette carton sous forme d'un code barre leur permettant de valider l'entrée en stock du produit.

La différence majeure entre les trois fournisseurs porte sur les indications des unités de palettes d'origine (palettes), seul Jean Caby n'en a pas. En effet, les étiquettes de préparation de commandes jouent le rôle d'étiquettes palette. Des variations de présentation sont présentes chez les deux autres industriels : ces étiquettes sont soit manuscrites, soit informatisées.

Une des exigences d'Auchan, est d'avoir une seule référence (un seul type de produit) par palette.

Lors de l'expédition, nous retrouvons les mêmes documents, bon de livraison, bon d'expédition, bon de ramasse pour le transporteur (feuille de voiture), facture. Seules les informations enregistrées sur ces documents varie, mais les plus importantes y figurent notamment le code client, le numéro de commande. Le détail de la commande, le code barres, le poids, sont des données supplémentaires que le fournisseur décide de noter.

Le lien entre les informations relatives aux produits est différent selon les fournisseurs.

Pour St Géry, il est fait avec la date d'envoi et la référence de la commande que l'on retrouvent sur le bon de livraison et la facture.

Pour Vasseur, le jour de fabrication et de glaçage, le numéro du bon de livraison et le nombre de colis sont reportés manuellement, en interne, sur la commande. Nous retrouvons sur la facture, le code client, la référence commande et le numéro du bon de livraison. Sur le BL, nous retrouvons la référence commande et le code client.

Pour Jean Caby, le numéro de commande est inscrit sur le bon de livraison et la facture.

® Le système de traçabilité de ces trois fournisseurs audités est bien géré, la recherche d'information se fait rapidement, mais le risque de perte d'informations par le traitement papier est présent par conséquent on ne peut pas certifiée d'une fiabilité de 100%.

Evaluation des systèmes de traçabilité à l'entrepôts et à la plate forme

Leur système de traçabilité est très différent car la plate forme est spécialisée dans les produits frais alors que l'entrepôt gère les produits de grande consommation. Etant donné qu'il s'agit de deux types de produits complètement différent leur gestion est fonction de leurs caractéristiques.

Les informations que l'on retrouve sur les documents (dénomination du produit, nombre de colis, N° commande magasin) ne sont pas utiles dans la gestion de la traçabilité. Il n'y a pas de suivi, ni d'enregistrement de numéro de lot permettant d'avoir des informations relatives à la traçabilité.

A l'entrepôt, seule la DLUO est enregistrée manuellement à la réception du produit permettant d'avoir une donnée sur la traçabilité. Ainsi, cette information est importante en cas de crise, car l'entrepôt est à même de vérifier s'il possède de la marchandise incriminée.
Le suivi de la palette dans l'entrepôt est enregistré, car lors de la réception un numéro d'emplacement est attribué par le système informatique : ainsi il est plus facile de retrouver la marchandise.

A la plate forme, un numéro est attribué à chaque palette, associé à une commande. Ainsi, en magasin, le réceptionnaire sait le numéro de palette qu'il doit recevoir. Ce numéro permet un suivi de la palette mais reste insuffisant dans le suivi de la traçabilité des produits en eux-mêmes.

Le flashage des produits à la réception et à l'expédition n'interviennent pas dans la traçabilité mais servent de support comptabilité.
Le numéro de commande magasin est repris sur le bon de groupage. Cette information ne permet pas de remonter au numéro de lot du produit, mais représente un lien potentiel pour retrouver son cheminement (numéro de commande que l'on retrouve également chez le fournisseur).

® La traçabilité mise en place à la plate ou à l'entrepôt ne permet pas d'associer un magasin avec un numéro de lot d'un produit incriminé. Ils peuvent simplement déterminés quels sont les magasins ayant reçus la marchandise.

Evaluation des systèmes de traçabilité en magasin

Le système de traçabilité des rayons de charcuterie des magasins Auchan de la métropole lilloise est repose sur le même modèle : les documents de réception sont les mêmes (standardisation des documents par la plate forme de Libercourt qui livrent les quatre magasins), les procédures de gestion du produit et de gestion des crises sont définies par la centrale. Seul le devenir des produits défectueux (lors de la réception ou en cas de gestion de crise) varie d'un magasin à l'autre. En effet Auchan Leers n'a pas la place pour définir une zone prison à l'écart de la zone de réserve des produits libre service et stand de charcuterie.

La gestion de la traçabilité en stand (étiquette produit conservée) ne permet pas un suivi total des informations. En effet, pour les produits à grande rotation, nous pouvons avoir plusieurs étiquettes du même produit impliquant lors d'une gestion de crise, la difficulté de cibler le produit (le lot) incriminé. De plus, des problèmes de lisibilités peuvent intervenir avec la graisse des produits sur les étiquettes. Ce système demande du temps et peut, par conséquent, engendrer des erreurs (perte d'étiquettes) lorsque il y a affluence des clients.

En ce qui concerne les produits frais emballés, la traçabilité est inexistante : on retrouve simplement la D.L.C., le poids et le prix mais l'étiquette du produit de base est conservée.

Une fois dans le rayon, la traçabilité des produits de charcuterie libre service ne peut se faire qu'à partir des informations notées sur l'étiquette ou imprimées sur l'emballage du produit.

Les documents accompagnant la réception de la marchandise permettent seulement de savoir si le magasin possède le type de produit incriminé, mais ne peuvent pas remonter au numéro de lot car le lien entre le bon d'expédition (ou de valorisation) et la facture est le numéro de commande. D'où ils doivent aller vérifier visuellement en réserve et dans les rayons si la marchandise est présente afin de la retirer de la vente. Ce retrait ne peut pas être fiable à 100% si l'on considère la démarque inconnue. On peut valider ce retrait en comparant les quantités vendues ou jetées avec celles vendues.

® Aux vues de toutes ces observations, la traçabilité au niveau des magasins est incomplète et des pertes d'informations sont possibles.

- Les attentes de chaque acteur

Chez les fournisseurs

Les fournisseurs rencontrés ont plus des attentes en terme de qualité de la marchandise (viande saine, respect de la chaîne du froid…) de la part de leurs fournisseurs afin de répondre aux exigences d'Auchan.

A l'entrepôt et à la plate forme

La plate forme souligne un problème de communication entre les différents interlocuteurs au niveau des langages informatiques (code produit, code unitaire de gestion entre autres).

L'entrepôt souligne qu'il pourrait être utile d'avoir le code EAN sur le label.

Aux magasins

Les chefs de rayon rencontrés soulèvent le problème des procédures trop fastidieuses (Demande de Retour Litige) où la plate forme n'a pas le temps de toutes les traiter rallongeant le délai d'exécution. Ce qui parfois peut démotiver les acteurs à remonter ces informations.

Pour simplifier la gestion des étiquettes en rayon, les responsables souhaiteraient une uniformisation de leur présentation (format, support papier, prédécoupée et décollable) : un travail de partenariat avec les fournisseurs seraient à instaurer.

Il serait intéressant d'avoir le numéro de lot de chaque produit sur le bon d'expédition, ainsi les chefs de rayons pourraient connaître s'ils ont le produit incriminé. Ceci permettrait également de savoir, à tout moment, si le magasin possède ce produit même si celui-ci a été vendu.

A la suite de la mise en place du système « appro PF », les magasins voudraient que la plate forme prenne en charge la totalité des contrôles de marchandise. Les magasins souhaiteraient savoir si la marchandise reçue est bien celle commandée. Les magasins souhaiteraient ne plus rencontrer de problème avec les produits hors contrat date. Par conséquent, la plate forme devrait mieux gérer la totalité des dates au lieu de procéder à un lissage de plusieurs dates.

- Evaluation de la gestion de crise

Chez les fournisseurs

La procédure de gestion de crise est bien définie pour les trois fournisseurs audités. Les informations concernant la traçabilité aval, sont bien contrôlées :

- soit par informatique à partir de la date d'envoi (St Géry), prochainement avec le numéro de lot (recherche plus sure qu'actuellement),
- soit par une gestion par classeurs et par un listing balance hebdomadaire (système LUTRANA chez Vasseur) selon le code produit, le code fournisseur,
- soit par le système DATASELECT chez Jean Caby permettant d'avoir la traçabilité d'un client par date d'expédition, d'un lot pour un article.

Chez **Vasseur** et chez **Jean Caby**, le traitement de gestion de crise concernant la traçabilité amont se fait uniquement par papier, ce qui peut engendrer plusieurs inconvénients (malgré tout bien géré) :

- dégradation des documents (éclaboussures, graisse, sang) donc perte d'informations,
- système complexe très bien assimilé par le responsable qualité mais en cas d'absence la recherche d'informations serait moins fiable.

® Lors d'une simulation de crise chez Vasseur, avec la fiche interne « validation traçabilité », nous avons vérifié la nécessité de bien gérer ce système. Cependant nous n'avons pas pu faire le même exercice chez Jean Caby.

Chez **St Géry**, leur système étant informatisé, nous retrouvons plus facilement le cheminement du produit tout au long de la fabrication. La finalisation de leur système de traçabilité informatique prévue prochainement (notamment recherche par numéro de lot), la recherche d'informations aval sera de ce fait plus fiable.

A l'entrepôt et à la plate forme

A la plate forme, lors de la réception, divers contrôles sont effectués, notamment le contrat date. Il n'est pas possible d'enregistrer le numéro de lot, ni la DLC (demanderait un temps trop important). Donc lors de l'expédition de la marchandise, il est impossible de savoir à quel magasin est envoyé tel numéro de lot.

A l'entrepôt, lors de la réception, des contrôles sont également réalisés, seule la D.L.U.O est enregistrée manuellement. Mais nous retrouvons le même problème lors de l'expédition.

® Lors d'une crise il est donc impossible de cibler le magasin concerné par le(s) lot(s) incriminé(s). C'est pourquoi chacun reçoit un message DIRQUA afin de vérifier visuellement s'ils possèdent la marchandise concernée. Néanmoins un ciblage des magasins peut être fait en fonction de leurs commandes mais celui-ci n'est pas fiable ni suffisant.

Aux magasins

Nous n'avons pas pu mette en place une simulation de crise afin d'observer le déroulement de sa gestion. Mais on a pu constater par les messages DIRQUA, que chaque responsables et agent de la sécurité étaient informés lorsqu'un problème survenait. Le « fax rouge » est un bon outil de communication et de fiabilisation de la transmission du message d'alerte. Ce système permet de s'assurer que chaque responsable a été informé en temps et en heure afin de remédier dans les plus bref délai à la gestion de crise.

La vérification visuelle du retrait ne peut écarter le risque 0. L'intervention du chef de sécurité du magasin pour le retrait du produit doit être fiabilisé par une connaissance de l'organisation de la réserve et par une habilitation à la gestion de crise.

➢ Les exigences des concurrents d'Auchan

Aux vues des fournisseurs, les concurrents d'Auchan, comme Carrefour, ont sensiblement les mêmes exigences de traçabilité en ce qui concerne une gestion de crise : rapidité, efficacité, et fiabilité. A ce titre Auchan a fourni à ces fournisseurs un kit de gestion de crise. Mais dans l'ensemble, leurs demandes sont moins rigoureuses et moins strictes par rapport à celles d'Auchan.

Actuellement plusieurs grandes surfaces, comme Auchan, Carrefour, Casino, veulent convertir leurs fournisseurs au système de TRACE ONE afin de gérer de manière informatique les cahiers des charges.

➢ Les préconisations

- Au niveau de l'entrepôt, il serait intéressant (dans le cas de la traçabilité aval) d'associer la DLUO au magasin pour qui les produits sont destinés. Nous pourrions alors bloquer directement la marchandise incriminée en alertant le magasin concerné ce qui serait un gain de temps important.

- Pour une meilleure communication entre l'interface magasin/plate forme, la standardisation des outils de communication devrait être standardisée, car actuellement chacun

travaille avec deux outils différents engendrant des différences de langage (Logistar pour la plate forme et CUG pour les magasins).

- Il serait intéressant de mettre en place une meilleure communication entre la plate forme et les magasins car il y a un manque d'informations (notamment lors d'une livraison en deux temps le magasin n'est pas tenu au courant).

- Pour les produits frais emballés et stand, il serait plus pratique d'inscrire le numéro de lot du produit correspondant, comme il est réalisé en rayon boucherie.

- Pour avoir une traçabilité totale, la filière charcuterie (et porcine) pourrait s'inspirer de la traçabilité mis en place dans la filière bovine.

- Lors de la réception, des contrôles de température devraient être systématisés afin de s'assurer de la non rupture de la chaîne du froid.

- Pour faciliter le travail de traçabilité en rayon stand, il serait intéressant de mettre en place des étiquettes autocollantes. Mais pour mettre en place cette idée, il faudrait que la grande distribution soit favorable à cette standardisation pour que les fournisseurs se mettent à sa réalisation.

- Les fournisseurs devraient standardiser les informations données aux plates formes et entrepôts afin d'avoir les informations complètes et précises sur chaque produit.

3. Conclusions

Aux vues de toutes ces observations, aussi bien chez les fournisseurs, la plate forme, l'entrepôt que les magasins, la traçabilité des produits de charcuterie de marque Auchan est assurée de manière organisée, en en toute connaissance de la gravité de la situation si une crise alimentaire survenait.

Même si Auchan par ses exigences, impose une traçabilité fiable, une qualité des produits irréprochable (analyses et contrôles) à chaque acteur de la chaîne logistique, ceux-ci sont maîtres de leur système mais doivent répondre de leur bonne gestion en garantissant fiabilité et rapidité des informations.

Ces audits ont mis en évidence, dans le système de traçabilité de chacun, des points forts et des points faibles. Mais tous nous ont montré, suivant les moyens mis en place (système papier et informatique) leur réactivité face à la gestion d'une crise alimentaire.

Cette réactivité peut s'expliquer par le fait qu'Auchan fournit un kit de gestion de crise aux entreprises peu expérimentées leur permettant d'avoir les bons réflexes et de pouvoir réagir rapidement et efficacement en cas de problème. De plus, il est important de développer des relations durables avec les PME car elles représentent 7 000 des 9 000 industriels qui travaillent avec Auchan et fabriquent 84 % des produits à marque Auchan et premiers prix. Elles permettent la diversification et la différenciation de l'offre : produits du terroir, produits locaux…car elles possèdent le savoir-faire, l'ouverture à l'innovation.

Notre problématique est par conséquent affirmée en soulignant que tous les acteurs de cette chaîne logistique sont satisfaits du système de traçabilité des produits de charcuterie Auchan.

CONCLUSION

Face à une crise alimentaire, quatre points sont essentiels à la bonne gestion de celle-ci. Tout d'abord, il faut entretenir une relation de confiance, de transparence et de proximité avec ses clients, être organisé, accepter le problème et faire de ses faiblesses une force, et pour finir, communiquer par temps calme sur des sujets délicats qui n'ont pas éclaté. Les enjeux d'une crise et de sa gestion sont importants pour l'image de marque de la société, pour le secteur alimentaire touché et aussi pour le coté sanitaire de la crise. Il est donc nécessaire de prévenir les crises alimentaires au niveau d'une politique de qualité sécurité (réglementation plus rigoureuse), un système de traçabilité réactif et fiable. Pour être également bien préparé en cas de crise, savoir réagir vite et bien, il est important de mettre en place des simulations afin d'apporter des actions correctives si nécessaire.

Face à des consommateurs de plus en plus soucieux de la qualité et de l'origine des aliments qu'ils ont dans leur assiette, AUCHAN a également misé sur le développement des filières. Construites en partenariat avec des producteurs, elles bénéficient de cahiers des charges spécifiques et d'une traçabilité totale contrôlée et certifiée par des organismes indépendants.

En vue de la future réglementation sur la traçabilité (*CF. ANNEXE 16 : Réglementation*), AUCHAN France vient d'adopter la solution ***Trace one*** visant à informatiser les cahiers des charges des produits AUCHAN et premier prix. Cette informatisation va accélérer les échanges avec les industriels et dans un futur proche, faciliter la gestion de la traçabilité. Selon Pierre de GINESTEL, Directeur Qualité d'AUCHAN France, « En cas de crise, il suffira de quelques minutes pour retrouver les produits contenant tel ingrédient ou les entrepôts dans lesquels tel lot a été livré.

Malgré tout, le risque zéro n'existe pas. D'où l'importance de s'organiser pour gérer au mieux les éventuelles crises : avec le durcissement des législations nationales et communautaires, les distributeurs devront sans aucun doute déployer des techniques de plus en plus pointues sans pour autant négliger les gestes les plus basiques. Le référentiel de la distribution IFS pour l'évaluation des produits transformés MDD (qui prend en compte les préoccupations des autorités vis à vis de la traçabilité, qu'il s'agisse de la traçabilité en général, de celle des OGM ou de celle des allergènes) en est un moyen.

BIBLIOGRAPHIE

LIVRES

- AFNOR, ***« Vade-mecum de l'auditeur qualité »***, 1996
- AFNOR, ***« Traçabilité dans les filières agricoles et alimentaires »,*** Recueil, 2002
- Gencod EAN France, ***« Applications logistiques des standards EAN – Manuel pratique »***
- Gencod EAN France, « ***La traçabilité dans les chaîne d'approvisionnement : de la stratégie à la pratique »***
- HUGUENIN J., « ***Découvrez les arcanes de la traçabilité*** », Dans Le guide pratique de votre sécurité alimentaire, Le cherche midi éditeur, 2002
- KREBS G., MOUGIN Y., « ***Les nouvelles pratiques de l'audit qualité interne »,*** AFNOR 2003
- MADOZ J.P., « ***L'audit et les projets - 100 questions pour comprendre et agir »,*** AFNOR 2003
- ORQALI, « ***Identification et Traçabilité dans la filière agro-alimentaire*** » (Synthèse et recommandations pour une action concertée entre industriels, prestataires logistiques et distributeurs), 1994.

TEXTES DE LOI

- Avis n°28 sur la traçabilité des denrées alimentaires, CNA, 28 juin 2001
- Avis n°41 sur la traçabilité et l'information relatives aux viandes porcines et aux produits de charcuterie, CNA, 19 novembre 2002
- *Règlement CE n° 178 / 2002 du Parlement Européen et du Conseil* du 28 janvier 2002 établissant les principes généraux et les prescriptions générales de la législation alimentaire, instituant l'Autorité européenne de sécurité des aliments et fixant des procédures relatives à la sécurité des denrées alimentaires, paru au Journal Officiel des Communautés Européennes (JOCE) du 1er février 2002.

LES SITES INTERNET

http://www.agriculture.gouv.fr

http://www.eannet-france.org

http://www.eurostaf.fr

http://www.tracabilité2004.com

GLOSSAIRE

Allotissement
Processus d'approvisionnement consistant pour un fournisseur à livrer en un seul lieu (entrepôt ou plateforme) des produits regroupés en lots distincts, destinés à des lieux finaux différents (généralement les magasins). Ce mode d'approvisionnement peut s'effectuer à partir d'une commande unique dite « *commande allotie* », ou à partir de plusieurs commandes (une par point final) à livrer en même temps en un même lieu (le « *relais* »).

Caractère de contrôle
Dernier caractère des codes *EAN 13 article*, *EAN 8*, EAN 13 *lieu fonction* EAN, *SSCC*, calculé en fonction des autres caractères du code (algorithme modulo 10), destiné à augmenter la fiabilité de la saisie (manuelle ou par lecture optique).

CID (Code Interne Distributeur)
Le CID est l'une des parties composant le code EAN des lieux fonctions d'un distributeur. Il est attribué par le détenteur d'un *CNUD* à chacun de ses lieux fonctions. Il comporte 3 ou 6 chiffres en fonction de la longueur du *CNUD*.

CIF (Code Interne Fournisseur)
Le CIF est l'une des parties composant le code EAN des lieux fonctions d'un fournisseur. Il est attribué par le détenteur d'un *CNUF* à chacun de ses lieux fonctions. Il comporte 1, 2, 3 ou 4 chiffres en fonction de la longueur du *CNUF*.

CIP (Code Interface Produit)
Le CIP est l'une des parties composant le code *EAN 13* des articles. Il est attribué par le créateur du produit à chacun de ses articles. Il comporte de 3 à 6 chiffres en fonction de la longueur du *CNUF*.

CIT (Code Interne Transporteur)
Le CIT est l'une des parties composant le code EAN des lieux fonctions des transporteurs. Il est attribué par le transporteur à chacun de ses lieux fonctions. Il comporte 2 ou 3 chiffres en fonction de la longueur du *TRAN*.

CNUD (Code National Unifié Distributeur)

Code attribué par *Gencod - EAN France* à chaque entreprise adhérente de GENDI et servant de radical aux codes lieux fonctions. Il comporte 3 ou 6 chiffres selon les besoins de codification de l'entreprise.

CNUF (Code National Unifié Fournisseur ou Fabricant)

Code attribué par *Gencod - EAN France* aux entreprises, et servant de radical dans :
- les codes de leurs lieux fonctions (si elles sont fournisseurs),
- les codes *EAN 13* des articles dont elles détiennent la marque commerciale,
- les numéros de colis (*SSCC*) qu'elles sont amenées à créer.

Il comporte 5, 6, 7 ou 8 chiffres selon les besoins de codification de l'entreprise.

CNA (Conseil national de l'alimentation)

Le Conseil national de l'alimentation (CNA) est une instance consultative indépendante, consulté par les ministres en charge de l'Agriculture, de la Santé et de la Consommation, sur la définition de la « politique 43 alimentaire » française. Il peut, en particulier, être interrogé sur « l'adaptation de la consommation aux besoins nutritionnels, la sécurité alimentaire des consommateurs, la qualité des denrées alimentaires, l'information des consommateurs ». Il peut s'autosaisir.

Le CNA représente toute la « chaîne alimentaire ». Il est composé de 47 membres représentant toutes les composantes de la « chaîne alimentaire » et de la société civile : associations de consommateurs et d'usagers (9 membres), producteurs agricoles (9 membres), transformation et artisanat (9 membres), distribution (3 membres), restauration (6 membres), syndicats des salariés de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la distribution (5 membres), personnalités scientifiques qualifiées (6 membres), représentants des ministères techniques concernés et de l'AFSSA qui participent aux débats avec voix consultative.

Le CNA émet des avis et recommandations. Dès qu'il est saisi d'une question par les pouvoirs publics ou par son président, le CNA, qui tient des réunions plénières environ tous les deux mois, constitue un groupe de travail présidé par l'un de ses membres. Le rapporteur est un membre du CNA ou une personnalité extérieure.

Le groupe, qui doit être composé de personnes aux «sensibilités différentes», se réunit alors régulièrement pour préparer un rapport et un projet d'avis. Ce texte, si possible « longuement réfléchi » et « consensuel », est ensuite soumis à la formation plénière du CNA.

Client

Le destinataire d'un produit ou d'un service.

Code d'identification, EAN·UCC-13
Code international de numérotation des articles à 13 chiffres. Il permet d'identifier des unités commerciales objets d'une transaction, notamment les unités consommateurs, les produits services ou les consignations. Il constitue, de plus, l'une des deux solutions d'identification des unités logistiques standard (l'autre étant l'EAN-14). Le terme EAN-13 désigne également le code à barre qui traduit ce code.

Code d'identification, EAN·UCC-14
Code international de numérotation des articles à 14 chiffres qui constitue l'une des deux possibilités de codification des unités logistiques standard (l'autre étant l'EAN-13) en vigueur dans les systèmes EAN•UCC.

Code à barres
Succession de barres claires et foncées d'épaisseur variable, traduisant une suite de caractères numériques ou alphanumériques selon un « alphabet » défini et destinée à être interprétée automatiquement par un lecteur optique. (Voir « *Symbole* »).

Colis
Dans le cadre du transport : unité logistique manipulable (cartons, palettes…).

Codex Alimentarius
Organisation intergouvernementale de la FAO et de l'OMS ayant pour mission d'élaborer des normes, des codes d'usages et des directives alimentaires qui doivent concourir à la protection de la santé des consommateurs et à la loyauté des pratiques commerciales alimentaires.

Cross docking
Éclatement sur plateforme.
Livraison en un lieu, de produits qui n'y seront pas stockés mais qui seront immédiatement éclatés vers les points de destination finaux. Les unités (palettes, par exemple) destinées à ces points peuvent avoir été préparées par le fournisseur ou être constituées sur la plateforme à partir d'unités homogènes livrées par le fournisseur. Le cross docking constitue l'un des outils de l'*ECR*.

DESADV
Message « *avis d'expédition* » en langage *EANCOM*.

EAN (European Article Numbering)
Organisme international de codification qui définit des standards en terme de langage et de système de communication.

EAN 128 (UCC-EAN 128)
Suite structurée de caractères alphanumériques constituant une ou plusieurs informations de longueur fixe ou variable, chaque information étant précédée de son identifiant. Les identifiants de données (AI) ainsi que la structure et la longueur des données qu'ils introduisent, sont définis par EAN International. Le terme EAN 128 désigne également le *Code à barres* qui traduit ces données. Peuvent ainsi être traduit en EAN 128 : un numéro de colis (*SSCC*), un code *EAN 13* ou *EAN 14*, un numéro de lot, une date, un poids, ...

EAN 13 Article
Code international de numérotation des articles à 13 chiffres dont la structure est définie par EAN International. Il permet d'identifier toute entité, objet d'une transaction, notamment les *unités consommateurs*, les *produits-services* ou les consignations. Il constitue de plus l'une des deux solutions d'identification des *unités logistiques standard* (l'autre étant l'EAN 14). Le terme *EAN 13* désigne également le *Code à barres* qui traduit ce code.

EAN 13 Lieu fonction
Code EAN à 13 chiffres identifiant un *lieu fonction*.

EAN 14
Code international de numérotation des articles à 14 chiffres qui constitue l'une des deux possibilités de codification des unités logistiques standard (l'autre étant l'EAN 13) en vigueur dans les systèmes EAN.

EAN International
Association internationale représentée dans 80 pays et chargée de maintenir le système EAN de codification et le langage *EANCOM*. En France, EAN International est représenté par *Gencod – EAN France*.

EANCOM
Langage *EDI*. Ensemble de règles d'utilisation d'*EDIFACT* pour les utilisateurs des standards d'identification EAN. A ce jour, 3 versions d'*EANCOM* existent : • EANCOM 90.1 défini en juillet 1990.

ECR (Efficient Consumer Response)

Efficacité et Réactivité au service du Consommateur. Stratégie industrie-commerce dans laquelle fournisseurs et distributeurs travaillent ensemble pour apporter une meilleure satisfaction au consommateur final. Pour la définition des termes utilisés dans ce contexte, on se reportera au document élaboré par Gencod EAN France : « ECR. Pour un EDI intégré ».

EDI (Echange de Données Informatisé)

Échange par télétransmission de données structurées d'ordinateur à ordinateur selon des formats standard.

Entrepôt intermédiaire

Soit un point de stockage, soit un point d'éclatement ou de regroupement appartenant à un industriel, un prestataire ou un distributeur.

Étiquette logistique EAN

Format standardisé d'étiquette, défini par EAN International. Cette étiquette est susceptible d'être apposée sur toute unité logistique, et comporte notamment des informations symbolisées en *Code à barres EAN 128* (notamment le *SSCC*).

Etiquette logistique EAN ·UCC

Format standardisé d'étiquette, défini par EAN International. Cette étiquette est susceptible d'être apposée sur toute unité logistique, et comporte notamment des informations symbolisées en code à barres EAN•UCC-128 (notamment le SSCC).

Fournisseur

Organisme qui fournit un produit ou un service à un client.

GENCOD - EAN FRANCE

GENCOD, Groupement d'Étude, de Normalisation et de Codification. Organisme français de concertation industrie/commerce, membre fondateur d'*EAN International*, chargé de la définition et de la promotion de standards de communication : codifications et *Codes à barres* EAN, *langage Gencod*, langage *EANCOM*.

GPA (Gestion Partagée des Approvisionnements)

Cette méthode de réapprovisionnement entre dans le cadre des techniques ECR. A partir des informations concernant les stocks et/ou les ventes transmises par le distributeur, l'industriel

calcule les besoins et transmet une proposition de commande confirmée ou non par le distributeur.

GTIN (Global Trade Item Number)

Code article international EAN•UCC. Le GTIN peut être un des codes standard suivants : EAN•UCC-8, EAN•UCC-13, EAN•UCC-14.

IFS (International Food Standard)

Référentiel socle d'audit des sites fournisseurs de produits alimentaires transformés MDD. La version 4 réalisée avec les distributeurs français et allemands pourra être utilisée dès juillet 2004. Elle permet de réaliser le contrôle des critères communs à tous les distributeurs en un seul et unique audit, le distributeur réalisant ensuite son audit spécifique et complémentaire. L'IFS prend en compte les préoccupations récentes sur la traçabilité, notamment celle des OGM et des allergènes. L'IFS pourra à l'avenir s'étendre à l'international, pour permettre aux distributeurs de disposer d'une évaluation des fournisseurs étrangers selon des critères harmonisés et standardisés.

Langage Gencod

Langage *EDI* défini par *GENCOD EAN France* et utilisable dans le cadre national pour les échanges de données informatisés.

Lot consommateur

Lorsqu'il est physiquement constitué, un lot consommateur est un regroupement de plusieurs *unités consommateurs* identiques ou différentes, susceptibles d'être vendues également à l'unité (séparément). Un tel lot est une *unité consommateur*. Un lot consommateur peut aussi ne pas être physiquement constitué : c'est le passage à la caisse des composants du lot qui déclenche l'offre correspondante. On parle alors de lot virtuel.

Lot de fabrication

Le lot de fabrication est un ensemble d'unités de vente d'une denrée alimentaire qui a été produite, fabriquée et/ou conditionnée dans des circonstances pratiquement identiques.

SSCC (Serial Shipping Container Code)

Numéro séquentiel de colis : code international à 18 chiffres dont la structure définie par EAN International permet d'identifier chaque colis de façon unique. Symbolisé en EAN•UCC-128 sur le colis et transmis dans l'avis d'expédition, ce code permet d'assurer la traçabilité logistique des produits.

Organisme
Tout ou partie d'une société, groupe, firme, entreprise ou association, de statut anonyme ou non, du secteur public ou privé, disposant de son autonomie fonctionnelle et administrative.

PCB
Nombre d'unités consommateur par carton.

Sous-traitant
Fournisseur de l'organisme de service dans le cadre d'une situation contractuelle.

Symbole
Traduction de codes numériques ou alphanumériques sous une forme interprétable par des matériels de reconnaissance automatique. Dans les applications EAN - GENCOD : *Code à barres*.

Tracking
Les systèmes de Tracking et Positioning (repérage, positionnement) envoient en temps réel à la base la position du véhicule et le statut correspondant à son activité du moment. D'après la norme ISO 8402 : « Aptitude à retrouver l'historique, l'utilisation ou la localisation d'une entité au moyen d'identifications enregistrées ». « En ce qui concerne le suivi des colis par GPS, il s'agit aujourd'hui uniquement du suivi des véhicules qui les transportent. Ce type de suivi est principalement utilisé pour les transports par route d'une durée supérieure à trois jours, sans rupture de charge et dans des zones à risques ».

Tracing (traçabilité)
Système de suivi informatique des envois. Le terme suggère à la fois le suivi de piste dans ses dimensions spatiales mais aussi la preuve, l'historique. De « to trace » : littéralement « suivre la piste ». Il s'agit d'apporter la preuve de l'acheminement et de la livraison. La plupart du temps, cette preuve est la copie du document de livraison signé par le destinataire comportant son nom et l'heure de remise de l'envoi.

UCC (Uniform Code Council)
Organisme gérant le système d'identification des articles pour les États-Unis et le Canada.

UN/EDIFACT
Langage EDI développé par les Nations unies pour l'administration, le commerce et le transport.

Unité commerciale
Toute unité (article, produit ou service) pour laquelle il est nécessaire de retrouver des informations prédéfinies (dont le prix peut être fixé) et qui peut être commandée ou facturée aux fins d'échanges commerciaux en n'importe quel point de toute la chaîne d'approvisionnement.

Unité consommateur
Article destiné à la vente au consommateur dans le magasin de détail. L'unité consommateur se définit comme l'unité la plus élémentaire étant ou pouvant être proposée au consommateur pour l'achat selon une présentation donnée. Cela implique, entre autres, que le produit comporte, sous forme clairement lisible, toutes les mentions imposées par la législation pour les produits proposés à la vente au public.

Unité d'expédition
Unité de toute composition constituée pour le transport et/ou le stockage et devant être gérée tout au long de la chaîne d'approvisionnement.

Unité logistique complexe
Unité logistique standard composée de plusieurs unités logistiques standard de types différents. Exemple : palette de 4 couches de 12 cartons, chaque couche concernant une *unité consommateur* différente.

Unité logistique standard
Regroupement standard des *unités consommateurs*. Ces regroupements peuvent avoir une réalité physique, en tant qu'unités de manutention ou d'expédition.

ANNEXES

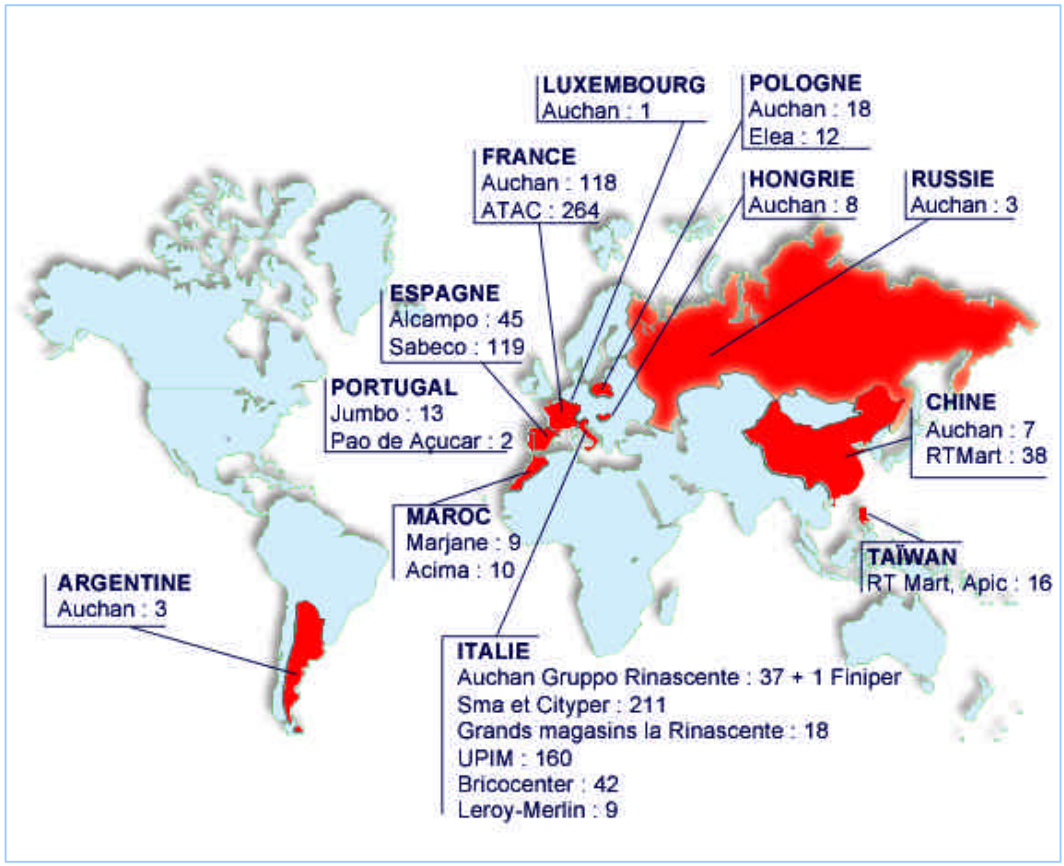
Annexe 1	Le groupe AUCHAN en quelques chiffres
Annexe 2	La chaîne logistique globale d'AUCHAN
Annexe 3	Contrat de référencement des fournisseurs « sécurité alimentaire » 2004
Annexe 4	Communication des messages de crise
Annexe 5	Le rôle de l'ANIA dans l'amélioration de la traçabilité
Annexe 6	40 ans d'évolution de crises et de réglementations
Annexe 7	Relation entre flux de marchandises et d'informations
Annexe 8	Le système EAN•UCC : identifier et communiquer pour mieux tracer
Annexe 9	L'EDI : relations fournisseurs/clients, gagnants/gagnants
Annexe 10	Marquage complémentaire en magasin
Annexe 11	La méthodologie des audits
Annexe 12	Questionnaire de l'audit « fournisseur »
Annexe 13	Questionnaire de l'audit « plate forme/entrepôt »
Annexe 14	Questionnaire de l'audit « magasin »
Annexe 15	Les résumés des audits
Annexe 16	Réglementation

ANNEXE 1

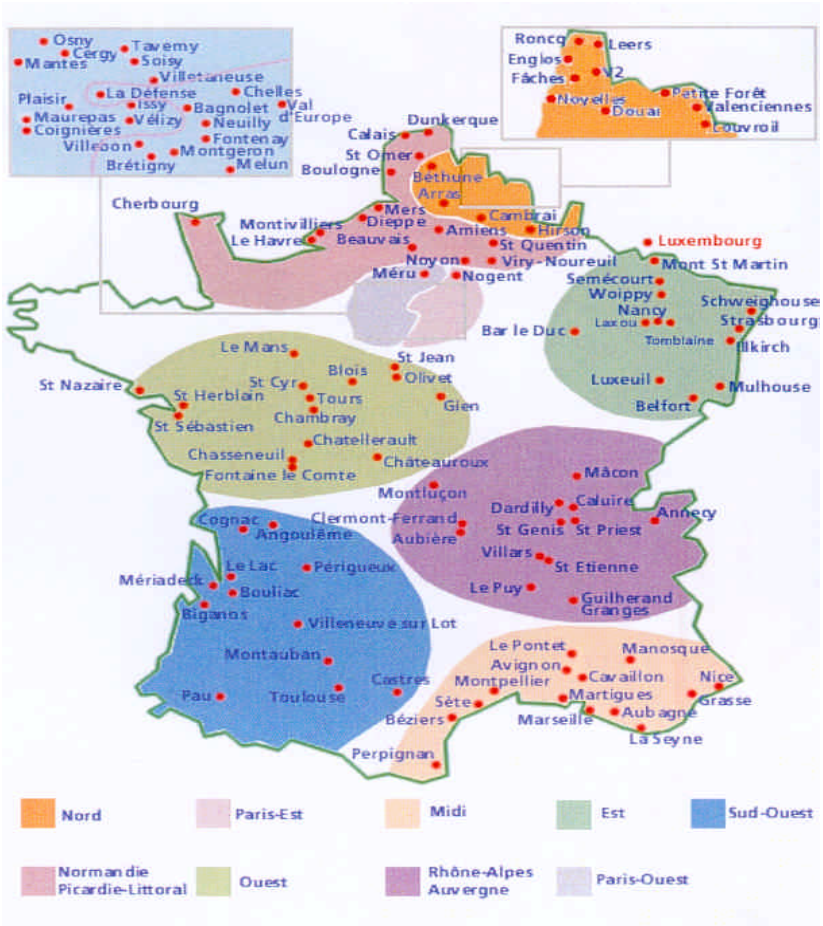
Le groupe AUCHAN en quelques chiffres

QUELQUES CHIFFRES*		
17ème groupe de distribution dans le monde		
Présence d'Auchan dans le monde	12 pays 319 hypermarchés 616 supermarchés	
Chiffre d'affaires HT	27,6 milliards d'euros	
Nombre de collaborateurs	160 000	
Nombre de clients (tickets de caisse)	890 millions	
2ème enseigne d'hypermarchés en France		
Présence d'Auchan en France	116 hypermarchés	< 5 000 m^2 : 8 5 000 à 7 000 m^2 : 24 7 000 à 9 000 m^2 : 28 9 000 à 12 000 m^2 : 31 >12 000 m^2 : 25
Chiffre d'affaires HT	14 milliards d'euros	
Nombre de collaborateurs	53 000	
Nombre de clients (tickets de caisse)	275,3 millions	

* en 2002



Auchan dans le monde



Auchan en France

ANNEXE 2

La chaîne logistique globale d'AUCHAN

1. Présentation

Les 118 hypermarchés AUCHAN sont regroupés en 9 régions commerciales : Nord, Paris-Est, Midi, Est, Sud-Ouest, Normandie-Picardie-Littoral, Ouest, Rhône-Alpes Auvergne, Paris-Ouest.

Les produits alimentaires et non-alimentaires sont classés par marchés :

- les marchés alimentaires LS : PGC, produits frais industriels (dont charcuterie LS),
- les marchés métiers de bouche : les produits frais traditionnels (dont charcuterie stand, traiteur libre service et traiteur stand),
- les marchés habillement, bijouterie, bébé : habillement,
- les marchés vente d'équipement : équipement de la maison,
- les marchés maison et loisir : bazar.

La chaîne globale de distribution permet ainsi à un produit d'être présent dans les hypermarchés au bon moment et au meilleur prix, pour satisfaire les clients de manière constante. Les approvisionnements et la logistique jouent un rôle clef dans la chaîne globale de distribution en garantissant le fonctionnement au quotidien (lutter contre les ruptures de stock par exemple).

Dans les années 60–70, les magasins étaient livrés en direct par les fournisseurs. Les délais de livraison étaient longs et la logistique ne se résumait qu'au transport.

Dans les années 70–90, c'est la montée en puissance des opérations physiques de stockage, d'entreposage et de transport. Les distributeurs prennent en charge progressivement l'organisation de ces opérations. La logistique est considérée comme un centre de coût.

A partir des années 90, avec la planification et le pilotage des flux, les approvisionnements et la logistique deviennent créateurs de valeur.

Dans cet esprit, AUCHAN continue de développer la mise en place d'une politique de flux dont les principales directions sont :

- les ventes génèrent les approvisionnements,
- les flux sont pilotés et maîtrisés tout au long de la chaîne,
- les approvisionnements et la logistique maîtrisent à terme la totalité des flux de marchandises.

C'est ainsi qu'un nouveau système de commandes a été mis en place par AUCHAN France en juillet 2003. Le système, appelé : « appro PF », permet la concentration des commandes au niveau de la plate-forme de la région de chalandise. Désormais, les magasins passent directement leurs commandes à la plate-forme qui à son tour (après centralisation) dispatche les commandes auprès des fournisseurs concernés. Ceux-ci livrent ensuite la plate-forme qui prépare la marchandise pour chaque magasin. La livraison des magasins est alors assurée par la plate-forme. Malgré tout, les magasins peuvent travailler en direct avec leurs fournisseurs, mais cette pratique se fait plus rare et peut arriver en cas de référencement de produits locaux (ou régionaux), d'offres publicitaires temporaires.

Il existe donc deux circuit d'approvisionnement : *circuit direct* (fournisseur – magasin) et *circuit indirect* (fournisseur – centre de distribution – magasin). Ce dernier permet d'accéder à de meilleures conditions d'achats et à une gamme plus large de produits.

Dans le cas du circuit indirect, deux types d'opérations pour traiter les flux physiques sont utilisés :

- *Le circuit « transit »* : la marchandise qui arrive sur les centres de distribution est immédiatement éclatée et expédiée vers les magasins (cas de la charcuterie stand et LS). Ce circuit est performant d'un point de vue économique, car il évite des stocks intermédiaires coûteux. Il nécessite cependant des délais de livraison courts et donc une très grande fiabilité de la part des fournisseurs.
- *Le circuit « stock »* : la marchandise est stockée dans les centres de distribution et est expédiée vers les magasins en fonction des besoins d'approvisionnements (cas de la charcuterie PGC, des produits d'import). Ce circuit permet de faire face à des délais de livraison longs et permet d'accéder aux meilleures conditions d'achats.

2. Les approvisionnements et la logistique AUCHAN

➢ *La logistique et les centres de distribution*

Il existe trois directions approvisionnements qui travaillent en étroite collaboration avec la centrale d'achats :

- *Approvisionnements « PGC »* (marché alimentaire LS) : le fonctionnement quotidien des approvisionnements PGC est décentralisé auprès des 5 directions régionales. La direction approvisionnements nationale en assure la coordination globale.

- *Approvisionnements « Produits frais »* (marchés alimentaire LS et métiers de bouche) : pour chaque région, le fonctionnement quotidien des approvisionnements produits frais et la coordination globale sont centralisés.

- *Approvisionnements « Non-alimentaire »* (marchés habillement, bijouterie, bébé, vente d'équipement, maison et loisir) : pour chaque région, le fonctionnement quotidien des approvisionnements non alimentaires et la coordination globale sont centralisés.

Les approvisionneurs (« les scénaristes des flux de marchandises ») sont chargés d'assurer :

- l'organisation des flux : définir le meilleur circuit d'acheminement du fournisseur au magasin, établir les contrats d'approvisionnements, suivre la fiabilité des fournisseurs, gérer les rétro-plannings,
- la gestion quotidienne des flux : gérer les commandes fournisseurs, les quantités et les dates de livraisons, optimiser les stocks, piloter avec les magasins la mise en place des opérations commerciales et saisonnières.

➢ *La logistique et les centres de distribution*

Les centres de distribution approvisionnent les 118 magasins hypermarchés. Pour certains produits, ils approvisionnent également les magasins du Groupe SCHIEVER (Maximarché, Rapidmarché) et les magasins ATAC. Les centres de distribution sont organisés en

5 directions régionales : Nord, Paris, Est, Ouest, Sud. Un centre de distribution représente de 8000 à 100 000 m^2 de surface de stockage.

Les centres de distribution des PGC et des produits frais sont répartis dans les 5 régions précédemment citées.

Les logisticiens (« les metteurs en scène des flux de marchandises ») sont chargés d'assurer :

- *La logistique opérationnelle* : c'est organiser et piloter toutes les opérations physiques (réception, stockage, préparation, expédition), chercher des solutions innovantes pour réduire les coûts et augmenter le niveau de service. Les opérations d'entreposage sont confiées à 50% à des prestataires.
- *Le transport des marchandises* : c'est organiser et piloter le transport, en cherchant les meilleures solutions pour assurer un acheminement fiable, sécurisé et au meilleur coût. L'activité transport est confiée aux partenaires transporteurs.

3. Les objectifs

L'ambition d'AUCHAN est de faire des approvisionnements et de la logistique un avantage concurrentiel durable. Pour mener à bien cette ambition, le projet d'AUCHAN est de « Construire ensemble la meilleure chaîne d'approvisionnements au coût le plus bas, et conforme aux critères de certification ».

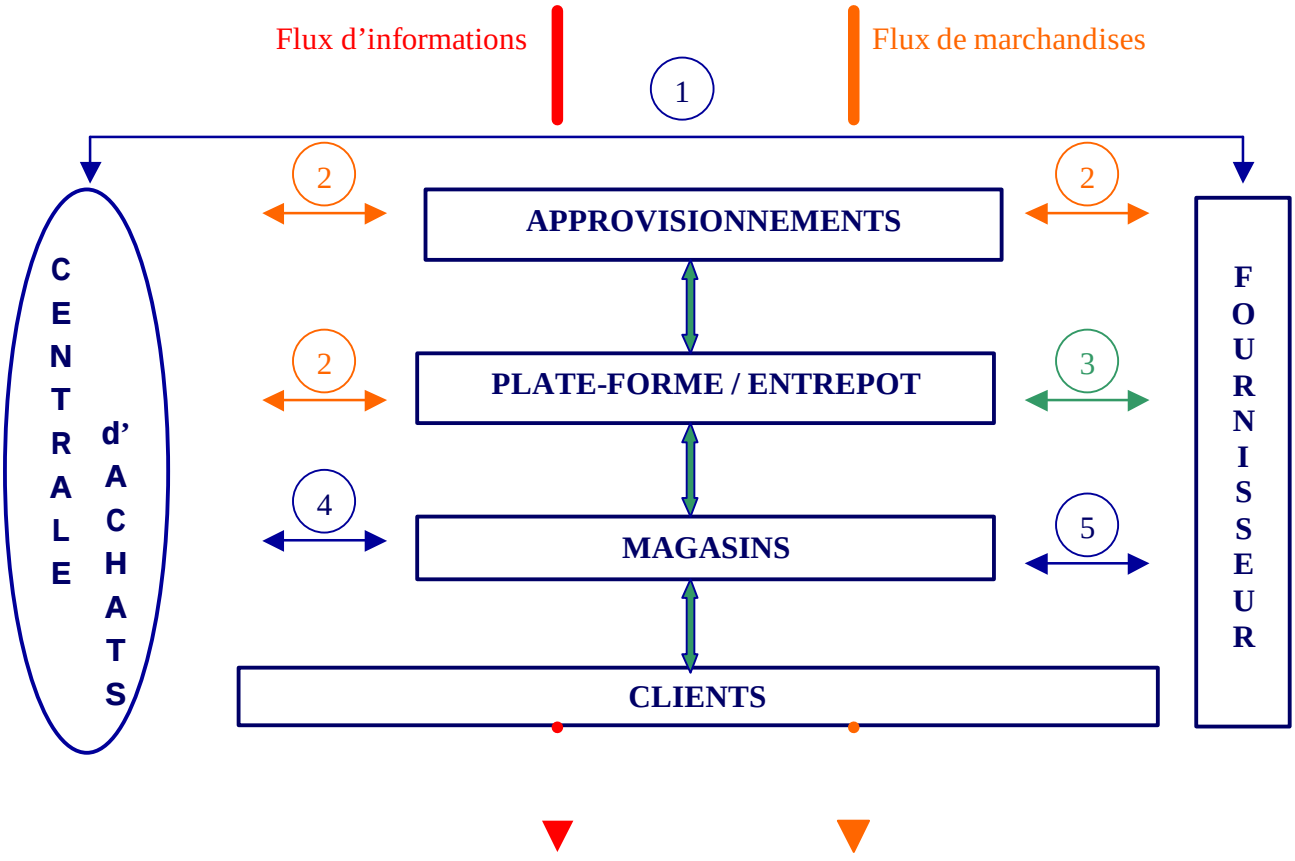
Ce projet vise à garantir :

- *aux clients d'AUCHAN* : des linéaires pleins toute la journée et des prix toujours plus bas, une mise à disposition rapide des nouveaux produits, une sécurité alimentaire parfaite, du fournisseur jusqu'au caddie.
- *aux magasins* : un fonctionnement simple et efficace, garant d'une sérénité logistique, un enthousiasme au service du commerce.
- *aux partenaires d'AUCHAN* : une relation loyale en totale conformité avec nos engagements, des échanges en toute transparence pour un progrès continu.

4. Les engagements

Pour répondre à ces objectifs, une démarche qualité a été engagée. AUCHAN « garantie chaque jour à ses magasins un haut niveau de qualité, au coût le plus bas, et conforme à un référentiel connu de tous ». AUCHAN est d'ailleurs à l'origine du premier référentiel français de certification de service pour les activités d'approvisionnements et de logistique (publié au JO début 2000). Le référentiel est structuré autour de 43 engagements (contrôlés par QUALICERT) : taux de service PGC > 98,5%, taux de ponctualité des livraisons > 95%, taux de rupture PGC < 1%, fiabilité des préparations > 99,7%, etc.

Ainsi, AUCHAN développe des partenariats équilibrés afin d'optimiser la qualité globale de la chaîne approvisionnements et logistique des magasins, des plates formes et des entrepôts. Une charte des transports a alors été créée : son objectif est de mieux prendre en compte les attentes et les contraintes de chacune des parties afin d'optimiser le fonctionnement de la chaîne d'approvisionnement.



ANNEXE 3

Communication des messages de crise

Les messages pour action en cas de Gestion de Crise sont communiqués aux intéressés (Chef de Rayon, Chef de Service, Directeur Manager, Directeur Général, Chef de groupe, Acheteur, Directeur de Marché, Managers, Approlog, RAL) sous profil mail dirqua@auchan.com.

Les responsabilités en magasin sont les suivantes :

- Le chef de rayon est responsable de l'exécution des actions à mener.
- Le chef de secteur est responsable de la vérification de la bonne exécution des actions à mener.

En cas d'absence, ceux-ci doivent déléguer une personne de façon claire et connue pour s'assurer de manière quotidienne de la prise en compte des messages.

Le directeur fait le point chaque semaine en réunion de direction (DIRQUA) sur la base d'une synthèse hebdomadaire envoyée par le Service Qualité. Pour chaque message, il indique la personne qui a géré l'action à mener, si le magasin était concerné ou non, les éventuelles quantités concernées.

Si cette procédure n'est pas suivie, le magasin doit décrire celle qu'il met en place pour s'assurer du traitement des messages de crise quelles que soient les circonstances, quotidiennement (au minimum une fois par jour) pour un message DIRQUA.

ANNEXE 4

CONTRAT DE REFERENCEMENT des FOURNISSEURS
"SECURITE ALIMENTAIRE" 2004

N° DE CONTRAT

2	0	0	4											

ENTRE LES SOUSSIGNES :

D'une part :
EURAUCHAN S.A.S mandatée par ses Sociétés Membres, ci-après désignées par « les (ou ses) Mandants »
Société par action simplifiée au capital variable

200, rue de la Recherche
B.P.697
59650 Villeneuve d'Ascq

Immatriculé au RC de Roubaix Tourcoing
Sous le N° B 410 410 260
Rayon

Et d'autre part :
FOURNISSEUR :

Immatriculé au RC de.....
Sous le n° .....
Représenté par.....

IL A ETE CONVENU CE QUI SUIT :

La Sécurité Alimentaire est plus que jamais un dû légitime pour le client. Non seulement, les dernières crises, mais aussi leurs retentissements médiatiques, confirment, s'il en était besoin, que cette question est, et a toujours été au cœur des Consommateurs.

Dans ce cadre EURAUCHAN souhaite assurer la Qualité et la Sécurité des Produits qu'elle transforme et vend dans ses magasins appartenant à ses membres. C'est pour cette raison que EURAUCHAN propose au fournisseur un contrat fixant les principes fondamentaux des relations entre l'entreprise fournissant EURAUCHAN et/ou ses membres et la Société EURAUCHAN et/ou ses membres pour apporter une maîtrise de la Sécurité Alimentaire.

.

Article I – Légitimité du Fournisseur

1.1.Le fournisseur déclare avoir toutes les autorisations administratives et sanitaires requises par la loi pour exercer son activité

1.2. Il déclare être en liaison avec un laboratoire chargé d'analyser ses produits.

1.3. Les coordonnées et adresses de chaque site de production pour lesquels des produits sont vendus à Eurauchan et/ou ses membres doivent être transmises et en permanence mises à jour par le fournisseur par le biais de la fiche d'information qualité.

1.4. En cas de sous-traitance allant jusqu'au conditionnement final du produit, le fournisseur adresse à EURAUCHAN le numéro d'agrément, les adresses de ses sous-traitants et les informations relatives à ces sites par le biais de la fiche d'information qualité.

1.5. Pour information, les engagements "qualité et sécurité" du Fournisseur seront confortés par les démarches volontaires et officielles telles que :Certifications ISO 9002, Agri Confiance, Labels Rouge, Labels Régionaux, Certification des Conformités de Produits ou Services, Système HACCP, …

1.6. Le Fournisseur s'engage à tenir à jour ces informations auprès de la Société EURAUCHAN.

1.7. Le fournisseur déclare être assuré pour tout préjudice que ses produits pourraient causer aux consommateurs et à EURAUCHAN (rappel, destruction, etc).

Article II – « Visa Qualité EURAUCHAN »

2.1. EURAUCHAN se réserve le droit d'agréer lui-même chaque site de production par un Visa Qualité. Ce Visa est attribué pour 3 ans en l'absence de problème qualité rencontré. Il peut éventuellement être attribué à la suite d'un audit.

2.2. En cas d'audit de validation d'actions correctives, EURAUCHAN se réserve la possibilité de mandater un auditeur en informant l'entreprise du mois durant lequel aura lieu cet audit mais sans prise de rendez vous préalable.

Article III - Gestion de Crise

3.1 EURAUCHAN dispose d'équipes Qualité qui ont pour mission, entre autres, d'accompagner l'entreprise dans le cas où un plan de crise doit être mis en place : alerte des magasins, mise en consigne ou retrait de produits, dossier d'intoxication ou de présence de corps étranger, analyses non conformes...

3.2. Le fournisseur déclare avoir pris connaissance du « Kit de Gestion de crise pour nos partenaires » qu'il a obtenu auprès de son interlocuteur « Achats ».

3.3. En cas d'anomalies qualité récurrentes ou d'accident pouvant mettre en jeu la santé du consommateur, le fournisseur doit déclencher un audit pour diagnostiquer l'origine du problème. EURAUCHAN peut mandater un expert.

3.4. Les Fournisseurs s'engagent à avertir dans les plus brefs délais à compter de la découverte de tout risque la Centrale d'Achats préalablement à toutes actions vers les plates-formes ou magasins, sauf cas de force majeure.

3.5. Pour cela le Fournisseur contactera le Service Qualité ou, à défaut l'Acheteur :

- ***du lundi au vendredi, de 8h.30 à 18h.30, au 03.20.67.56.08***
- ***du lundi au vendredi, de 18h.30 à 22h.00, et le samedi de 8h30 à 22h00 au 06.14.09.77.99***
- ***du lundi au vendredi, numéro de télécopie : 03.28.37.64.05***

Ces numéros sont des numéros d'urgence qui ne doivent être contactés qu'en cas de problèmes mettant en cause la qualité ou la sécurité des produits vendus chez EURAUCHAN.

3.6. En fonction de la gravité du problème, EURAUCHAN s'attachera à trouver avec le Fournisseur le meilleur moyen de résoudre le problème rencontré. Cependant, EURAUCHAN se réserve en permanence le droit d'informer les magasins pour mettre simplement en consigne ou retourner un produit au Fournisseur.

3.7. Pour faciliter cette mission, le Fournisseur doit donner à EURAUCHAN le nom des interlocuteurs et les numéros de téléphone de permanence, afin d'assurer un contact d'urgence en dehors des heures et jours d'ouverture de bureau. Ces informations doivent figurer dans la fiche d'information qualité et être remises régulièrement à jour si nécessaire.

3.8. Enfin, le Fournisseur devra répondre en moins d'une journée (24 heures) à toute question relative à la Sécurité Alimentaire, au Service Qualité ou à toute personne d'EURAUCHAN qui en fera la demande sauf accord entre les parties

Article IV – Contact Client.

4.1. Lorsqu' EURAUCHAN ou AUCHAN France transmet au fournisseur une réclamation client sur l'un des ses produits, le fournisseur s'engage à transmettre systématiquement une copie ou une information de tout contact pris directement avec ce dernier, ceci afin de gérer de manière la plus professionnelle possible la relation client.

Article V - La traçabilité des produits.

5.1. Afin de pouvoir justifier des origines des produits que EURAUCHAN et/ou ses membres vend, le Fournisseur s'engage à mettre en place une traçabilité effective sur sa production et son organisation logistique.

5.2. Le numéro de lot, nécessaire à cette démarche de traçabilité, est un élément de gestion propre à chaque Fournisseur. A toute demande d'EURAUCHAN, le Fournisseur doit produire par retour immédiat la signification du numéro de lot. En pratique, les Consommateurs mémorisent davantage la D.L.C. ou la D.L.U.O. d'un produit. Par conséquent, le Fournisseur doit être capable de rapprocher une D.L.C. ou une D.L.U.O. de son numéro de lot.

5.3. La traçabilité amont permet au Fournisseur de garantir les origines des matières premières et des ingrédients mis en oeuvre dans la fabrication du produit. Elle permet aussi de connaître l'alimentation animale qui a permis de produire les animaux dont est issu la viandes ou leurs produits (oeufs, lait,...). Le Fournisseur s'engage à répondre à toute demande sur le sujet en moins d'une journée suivant la demande d'Eurauchan S.A.S.

5.4. La traçabilité avale permet au Fournisseur de connaître l'adresse de livraison (magasins, plates-formes ou entrepôts) de chaque numéro de lot (et par conséquent des D.L.C. ou des D.L.U.O. correspondantes). Le Fournisseur s'engage à répondre à toute demande sur le sujet en moins de 2 heures suivant la demande d'Eurauchan S.A.S.

Article VI - Information du Consommateur

6.1. Le Fournisseur respecte la législation en vigueur en terme d'étiquetage et d'information consommateur.
L'étiquetage doit être exhaustif. Il comprend notamment les mentions relatives à la présence éventuelle d'OGM ou produits issus d'OGM (organisme génétiquement modifié) parmi les ingrédients ou aux traitements qu'auraient subi le produit (ionisation, conservation sous atmosphère protectrice, produit décongelé,...).

6.2. En ce qui concerne les ingrédients issus d'organismes OGM, EURAUCHAN exige que le marquage soit conforme à la Directive Européenne et que l'indication « issus de … génétiquement modifié » soit clairement lisible, notamment dans la composition des produits.

6.3.Dans le cadre de la prévention des allergies alimentaires, le Fournisseur s'engage à adresser à EURAUCHAN en moins d'une heure une information complète sur la composition exacte d'un produit, ainsi que la liste des origines possibles de ses ingrédients.

6.4. EURAUCHAN souhaite voir se développer la composition complète des ingrédients sur les produits qu'il commercialise. Il ne souhaite pas voir des indications génériques ou des ingrédients qui, en fait, regrouperaient eux-mêmes plusieurs sous-ingrédients.

Par exemple : sur une pizza, EURAUCHAN souhaite que soit détaillée la composition du jambon qui pourrait la composer.

Article VII - Engagements spécifiques du Fournisseur

7.1. Prévention ESB :

7.1.1. EURAUCHAN refuse jusqu'à nouvel ordre que soient expédiées vers les magasins ou mis en œuvre en transformation des viandes bovines d'origine britannique ou portugaise.

7.1.2. EURAUCHAN refuse les abats nerveux, même en tant qu'ingrédients, à l'exception de produits issus de pays officiellement indemne d'ESB (encéphalopathie spongiforme bovine) et de la tremblante du mouton.

7.2. Fournisseurs d'avant-produits en pâtisserie

Les fournisseurs s'engagent à informer l'acheteur en centrale de la composition des avant-produits livrés en magasin (exemple : génoise, crème chantilly…) et de toute modification de composition pouvant survenir, ceci afin de garantir un balisage fiable de nos produits finis en rayon.

Article VIII – Inexécution

8.1. Tous les problèmes liés à la sécurité du consommateur étant extrêmement sensibles, il est convenu que tout manquement du fournisseur à ses obligations contractées au titre des présentes entraînera la rupture de toute relation contractuelle et commerciale.

8.2. Sans préjudice de dommage et intérêt qu'EURAUCHAN pourra demander.

Le Fournisseur	**EURAUCHAN :**
Nom de l'entreprise :	
Représenté par	**Représenté par**
Monsieur :	**Monsieur :**
Fonction :	**Fonction :**
A le	A le
Signature :	Signature :

ANNEXE 5

Le rôle de l'ANIA dans l'amélioration de la traçabilité

L'ANIA, présidée par Victor Scherrer a présenté à la presse début 2004 sa position sur la traçabilité. Benoît Mangenot, directeur général de l'ANIA a replacé dans son contexte la traçabilité comme un des moyens utilisés par l'industrie alimentaire depuis longtemps pour assurer la sécurité sanitaire des produits alimentaires : les industriels français ont en effet, dès le début des années 80, mis en place au sein de leurs systèmes d'assurance qualité les dispositifs de gestion de la traçabilité en amont et en aval, sans attendre les exigences réglementaires.

C'est ainsi que l'on peut s'interroger sur cette antériorité dans la gestion de la traçabilité. La traçabilité est en France encadrée d'une part par le code français de la consommation et d'autre part par une directive européenne qui date de 1989 définissant l'obligation des lots. Dans ce cadre, chaque acteur de la chaîne alimentaire en France est responsable de la traçabilité pour son domaine d'activité : le transformateur doit pouvoir identifier l'origine de ses matières premières et produits utilisés, et en conséquence ses fournisseurs, ainsi que la destination de ses produits et en conséquence ses clients. Il doit être capable de stocker et de maîtriser les flux/informations relatives à la sécurité des aliments qu'il produit, et de mettre ces informations à la disposition des autorités à tout moment ou en cas d'incident. Dans ce but l'industriel a mis en place les outils nécessaires à garantir toutes ces opérations.

Cependant le contexte de la traçabilité connaît trois évolutions qui rendent nécessaires une amélioration et une extension des systèmes de traçabilité :

* Un nouveau règlement européen sur la législation alimentaire (178/2002), portant entre autres sujets sur la traçabilité entrera en vigueur le 1er janvier 2005, avec de nouvelles exigences à la clé en matière de sécurité et d'assurance sur la qualité et l'origine des produits et ingrédients qui les composent.

* Les attentes accrues des consommateurs en matière de sécurité alimentaire, à la suite des crises alimentaires des années 99-2001 (listeria, dioxine, vache folle…).

* Les progrès des systèmes informatiques qui permettent aux industriels une meilleure maîtrise de la chaîne de traçabilité.

L'ANIA veut ainsi optimiser la traçabilité tout au long de la chaîne alimentaire afin de répondre positivement à cette nouvelle donne et contribuer à ces progrès en veillant à l'optimisation du coût des échanges d'information entre les opérateurs.

Pour ce faire, les industriels comptent : d'une part améliorer la rapidité des transferts d'information de traçabilité tout au long de la chaîne alimentaire et d'autre part, clarifier avec la distribution la répartition des responsabilités entre fournisseur et client.

Afin de pouvoir progresser avec l'ensemble des acteurs de la chaîne alimentaire, l'industrie alimentaire souhaite :

* Une amélioration des systèmes de traçabilité de la production agricole pour répondre aux nouveaux besoins (garantie de la spécificité d'origine des ingrédients en cas d'allégation ou de restriction par précaution dans les cahiers de charges, maîtrise du risque contaminant, OGM).

* La généralisation de systèmes pour gérer la traçabilité chez les distributeurs, des entrepôts aux magasins de détail, pour pouvoir plus rapidement retrouver le(s) lot(s) incriminé(s) dans le cas d'un incident de qualité.

* La confidentialité des données : les fabricants demandent que les fichiers d'identification et de suivi des lots ne contiennent que les informations strictement nécessaires à assurer la traçabilité, en préservant la confidentialité des recettes et des procédés, propriété intellectuelle du fabriquant. Les systèmes de traçabilité ne doivent pas entraîner de risque d'utilisation des données à des fins d'intelligence économique.

* Le partage équitable des coûts : les coûts du système global de traçabilité doivent être équitablement partagés entre les différents maillons de la chaîne.

François Coindreau, Président de la Commission Qualité de l'ANIA, a ainsi conclu : «La traçabilité complète la panoplie des outils de gestion de la qualité et de la sécurité des aliments, nécessaire au renforcement de la confiance des consommateurs. L'ANIA appuiera donc toute démarche visant à créer des standards pour faciliter la compatibilité des systèmes et en optimiser le coût global (EAN…)».

ANNEXE 6

40 ans d'évolution des crises et des réglementations

1962 : Création du Codex Alimentarius des Nations Unies établissant des normes volontaires et internationales en matière d'aliments.

1984 : Réactualisation du code de la consommation obligeant à indiquer la raison sociale du fabricant, son nom, son adresse et celle de l'emballeur. L'étiquetage de denrées alimentaires devient obligatoire en France.

1986 : Début de l'épidémie d'ESB chez les vaches britanniques. Listéria dans le vacherin suisse (25 morts).

1987 : Arrivée des normes ISO 9001, 9002, 9003 et principe de traçabilité. La norme ISO 8402 relative à l'assurance qualité définit pour la première fois la notion de traçabilité.

1990 : Affaire du Benzène dans l'eau de Perrier.

1992/93 : Epidémie de listériose en France (69 morts).

1993 : Création de la Directive 93/43/CEE du Conseil du 14 juin 1993, relative à l'hygiène des denrées alimentaires.

1995 : Création en France du CNA.

1996 : Première crise de la « vache folle » en Grande-Bretagne révélant le lien possible entre l'ESB et la maladie de Creutzfeldt Jakob chez l'homme.

1997 : Système d'identification, d'enregistrement et d'étiquetage obligatoire de la viande bovine française (origine, catégorie et race de l'animal). Début de révision du Codex Alimentarius touchant les biotechnologies et l'innocuité des aliments.

1998 : Obligation pour les professionnels français de l'agro-alimentaire de s'autocontrôler selon la méthode d'analyse du risque HACCP. Les médecins français doivent déclarer tout cas de listériose. L'étiquetage des produits transformés contenant des OGM devient obligatoire en Europe.

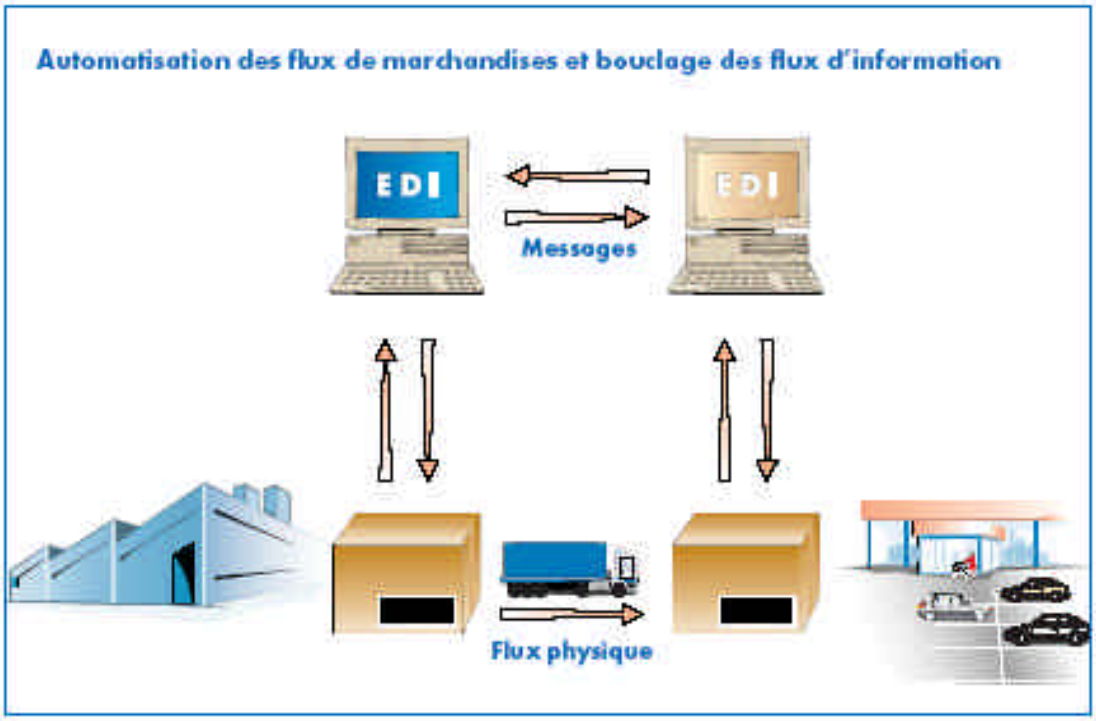
1999 : Création de l'AFSSA chargée de l'évaluation des risques sanitaires. La même année, la loi française impose aux acteurs de la chaîne de distribution, des procédures permettant la traçabilité des produits. Parmi les principales affaires médiatiques : Coca-Cola en Belgique et en France avec rappel de 6 millions de canettes ; Listéria dans les fromages (camembert, époisses, maroilles) ; dioxine dans les poulets, les œufs et les porcs belges.

2000 : Livre Blanc de la commission européenne concernant la stratégie globale de sécurité alimentaire dans l'Union européenne. Tous les produits alimentaires contenant plus de 1% d'OGM, y compris les additifs et les arômes doivent être étiquetés lisiblement. Interdiction de farines carnées dans l'alimentation de tous les animaux d'élevage. Epidémie de listériose dans les rillettes Paul Prédault ; 2ème crise de la vache folle avec la viande hachée Soviba/Carrefour.

2001 : Dépistage systématique de l'ESB chez les bovins de plus de 30 mois entrant dans la chaîne alimentaire de l'Union Européenne. La mesure concerne près de 6 millions de têtes par an. Epizootie de fièvre aphteuse**.**

ANNEXE 7

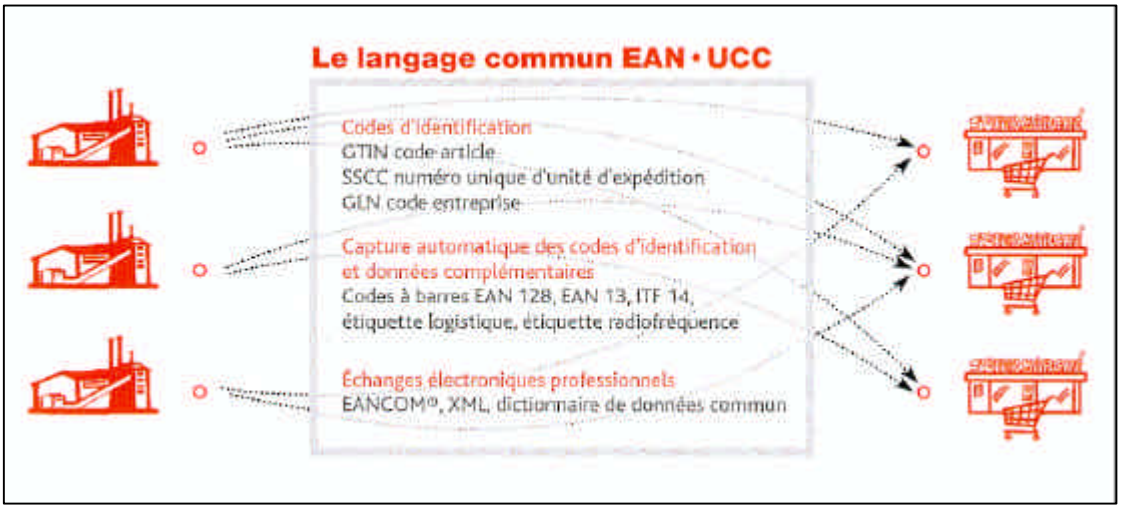
Relation entre flux de marchandises et d'informations



ANNEXE 8

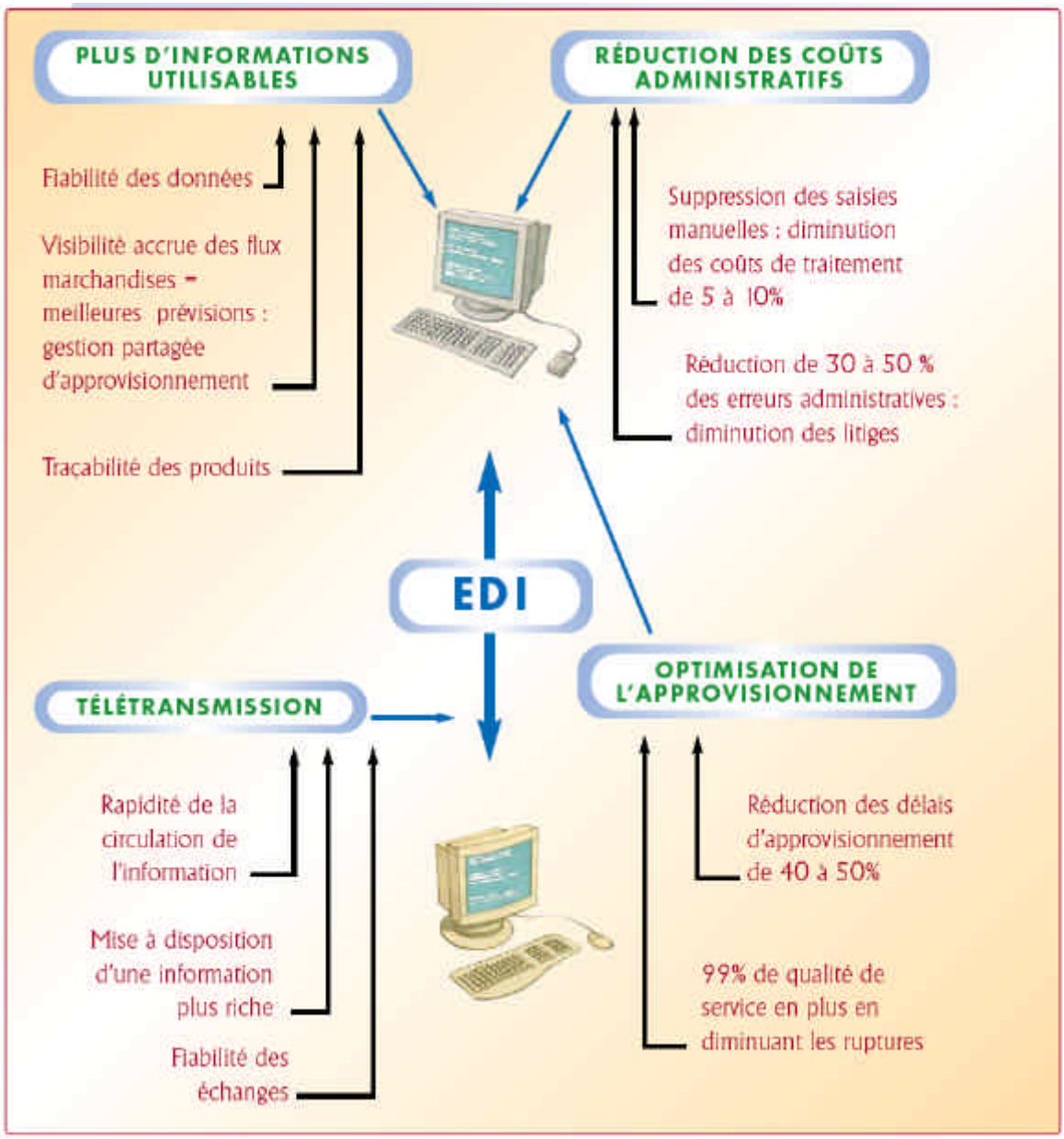
Le système EAN ·UCC : identifier et communiquer pour mieux tracer

Le système EAN•UCC fournit des standards d'identification des produits, des lieux et des objets logistiques ainsi que les standards d'échanges d'information entre les entreprises (code à barres et EDI). Crée par les entreprises elles-mêmes pour optimiser leurs flux d'information et de marchandises, ils sont l'expression directe de leurs besoins et de leurs pratiques commerciales en matière de traçabilité.


Le langage commun EAN • UCC
Codes d'identification
GTIN code article
SSCC numéro unique d'unité d'expédition
GLN code entreprise
Capture automatique des codes d'identification et données complémentaires
Codes à barres EAN 128, EAN 13, ITF 14,
étiquette logistique, étiquette radiofréquence
Échanges électroniques professionnels
EANCOM®, XML, dictionnaire de données commun

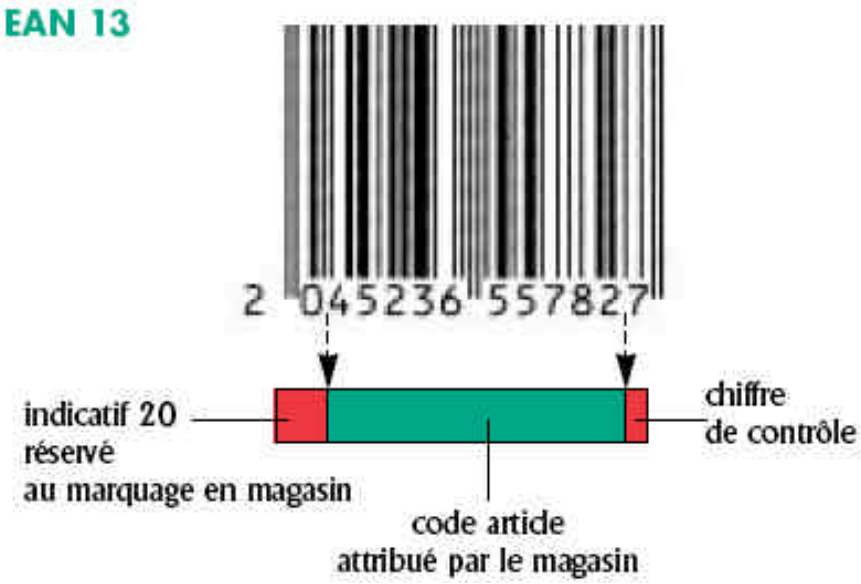
ANNEXE 9

L'EDI : relations fournisseurs/clients, gagnants/gagnants


PLUS D'INFORMATIONS UTILISABLES
RÉDUCTION DES COÛTS ADMINISTRATIFS
Fiabilité des données
Visibilité accrue des flux marchandises – meilleures prévisions : gestion partagée d'approvisionnement
Traçabilité des produits
Suppression des saisies manuelles : diminution des coûts de traitement de 5 à 10%
Réduction de 30 à 50 % des erreurs administratives : diminution des litiges
EDI
TÉLÉTRANSMISSION
OPTIMISATION DE L'APPROVISIONNEMENT
Rapidité de la circulation de l'information
Mise à disposition d'une information plus riche
Fiabilité des échanges
Réduction des délais d'approvisionnement de 40 à 50%
99% de qualité de service en plus en diminuant les ruptures

ANNEXE 10

Marquage complémentaire en magasin



ANNEXE 11

La méthodologie des audits

L'audit se déroule en cinq étapes qui sont :

- *La programmation*

Nous avons convenu de planifier les auditeurs sur le sujet de l'audit et de proposer les dates de réalisation auprès des audités, par contact téléphonique et/ou par mail.

- *La préparation*

Un audit est une activité qui demande une préparation. La préparation demande de faire un inventaire des exigences spécifiées qui constituent le référentiel de l'audit : ce sont toutes les informations servant de règles de fonctionnement du domaine à auditer. Elle se poursuit par une analyse de ces exigences et un plan d'audit. Le plan d'audit précise l'intitulé de l'audit, la présentation des questions.

Nous avons donc étudié les différentes étapes se déroulant au sein de l'entreprise de fabrication, de la plate forme ou entrepôt et des magasins respectant l'ordre suivant : la réception, la fabrication, le conditionnement (ces deux dernières pour les fournisseurs), expédition. A chacune de ces étapes, nous avons recherché toutes les informations qui pouvaient amener à la traçabilité.

- *La réalisation*

Le déroulement de l'audit consiste à examiner les composantes désirées. Il se déroule sous la forme d'un entretien avec un regard sur les dossiers. Nous avons vérifié si les données étaient bien retranscrites et que la recherche d'informations se faisait sans difficultés et le plus rapidement possible (le but étant de se mettre dans une situation réelle de gestion de crise).

- *Les conclusions*

En fin d'audit, nous avons rédigé un compte-rendu de notre travail, compte rendu objectif, et qui formalise les conclusions de l'audit par les points faibles et points forts.

- *L'après audit*

C'est une étape de correction. Elle est donc d'une réelle importance car il s'agit d'améliorer le système en mettant en place des actions correctives afin de faire évoluer l'organisation. Cette étape est faite avec notre tuteur de projet.

	ANNEXE 12 **PLAN D'AUDIT TRACABILITE**	**Date : 11-02-2004** Rédigé par : **C. BERNARD** K. LANGBOUR Page : 1 / 2

SOCIETE :

PRODUIT :

TYPE DE L'AUDIT :

- AUDIT EXTERNE

OBJET ET RESULTAT ATTENDUS :

- Réaliser un état des lieux sur le système traçabilité des produits charcuterie de la marque AUCHAN du fournisseur jusqu'aux magasins.
- Evaluer la gestion de l'information et l'action en cas d'un message de crise sur le produit défini.
- Déterminer les besoins de chaque acteur de la chaîne logistique étudiée.

REFERENTIEL :

- Norme ISO 9001 Version 2000

AUDITEURS :

- Christophe BERNARD
- Katia LANGBOUR

REPRESANTANT DE L'AUDITE :

-

Date de l'audit :	Date de rédaction du rapport :

FOURNISSEUR : ……

1. Sur quel type d'informations vous êtes vous basés pour définir votre système de traçabilité ?

2. Comment ces informations sont-elles écrites sur le produit et sous quelle forme (code à barres, numéro de lot, EMB X, etc.) ?

3. A quelles informations les numéros renvoient-ils :
   - pour les codes à barres (code fabricant EAN attribué par GENCOD, code article attribué par le fabricant, etc.) ?
   - pour les numéros de lot ?
   - pour EMB X ?
   - autres ?

4. A quoi correspondent les chiffres de vos numéros de lot ?

5. Quelles informations sont notées en clair et en codé ?

FABRICATION

6. Au niveau de votre gestion de production, travaillez-vous en flux tendu ou en production sur stock ?

7. Est-ce que toutes vos MP sont tracées ?
   Comment ?

8. Est-ce que toutes ces informations sont réunies en un seul numéro de lot ? Si oui, comment arrivez-vous à remonter l'information ?
   Comment gérez-vous toutes ces informations ?

CONDITIONNEMENT

9. Quelles sont les informations que l'on retrouve sur une unité de distribution (carton) ?

10. Quel est le lien entre les informations sur l'unité de distribution et celles sur l'unité de consommation (produit) ? C'est à dire quelles sont les informations codées et les informations en clair ?

11. Quelles sont les informations que l'on retrouve sur l'unité logistique ?

12. Quel est le lien entre les informations sur toutes ces unités ?

13. Sur quels supports sont elles transmises ?

STOCKAGE

14. Quel est votre système de gestion des stocks ?

EXPEDITION / LIVRAISON

15. Quelles informations relatives à la traçabilité retrouve-t-on sur tous les documents accompagnant les produits (avis d'expédition, bon de livraison, facture, étiquettes des produits, colis et palettes, etc.) ?

16. Sur ces documents, comment se traduit le lien de toutes les informations sur la traçabilité ?

17. Ces documents sont-il informatisés ou manuels ?

18. AUCHAN a-t-il des exigences écrites sur les transferts de produits, sur les documents accompagnant les produits ?

19. Votre activité transport est-t-elle sous-traitée ?
    Si oui, quelle est votre société de transport ?

20. A qui appartient la marchandise ? Où va le produit ?

21. Où est stockée la marchandise déportée ?

22. A partir d'un numéro de lot, comment faites vous pour retrouver à quels clients vous avez envoyé ces produits ?

23. A une DLC, combien de numéros de lot s'y rattachent ?

24. Pouvez-vous retrouver les produits, leur emplacement à partir de la DLC ?

25. Quelles sont les attentes des fournisseurs par rapport à leurs clients et inversement ?

26. Envisagez-vous des développements sur la traçabilité à cours, moyen, long terme ?

27. Quel est le coût de mise en place de ce système de traçabilité ?

28. Quelles sont les exigences des concurrents d'AUCHAN en matière de traçabilité ?

	ANNEXE 13 PLAN D'AUDIT TRACABILITE	**Date : 11-02-2004** Rédigé par **: C. BERNARD** K. LANGBOUR Page : 1 / 2

PLATE FORME / ENTREPOT :

PRODUIT :

TYPE DE L'AUDIT :

- AUDIT EXTERNE

OBJET ET RESULTAT ATTENDUS :

- Réaliser un état des lieux sur le système traçabilité des produits charcuterie de la marque AUCHAN du fournisseur jusqu'aux magasins.
- Evaluer la gestion de l'information et l'action en cas d'un message de crise sur le produit défini.
- Déterminer les besoins de chaque acteur de la chaîne logistique étudiée.

REFERENTIEL :

- Norme ISO 9001 Version 2000

AUDITEURS :

- Christophe BERNARD
- Katia LANGBOUR

REPRESANTANT DE L'AUDITE :

-

Date de l'audit :	**Date de rédaction du rapport** :

PLATE FORME / ENTREPOT : ……

1. Comment sont exploitées les commandes des différents magasins ?

2. Comment se passe la réception de la marchandise ?

3. Avez-vous des zones spécifiques au produit ?

4. Effectuez-vous des contrôles lors de la réception des marchandises ?
   Si oui, comment ? Sur quels critères : exhaustifs ou par sondage ?

5. Quelles informations utilisez-vous et vérifiez-vous sur vos produits, colis et palettes ?

6. Vous arrive t-il d'avoir des problèmes de lecture de ces informations ? Si oui, comment faites-vous ?

7. Avez-vous des problèmes de réception de produits avec retour en date ?

8. Comment sont exploitées les informations des produits qui reviennent (inversion, retour en date, non commandés, etc.) ?

9. Quelle documentation accompagne les produits lors des livraisons (copie de chaque document : avis d'expédition, bon de livraison, facture, étiquettes des produits, colis et palettes, etc.) ? Est-elle :
   + complète ?
   + précise ?
   + manquante ?
   + omission du signataire ?

   A quelle fréquence ?

10. Sur ces documents, comment se traduit le lien de toutes les informations sur la traçabilité ?

11. A partir de ces documents, comment faites-vous pour recouper toutes les informations sur ce produit ?

12. Comment l'information est-elle enregistrée : borne, douchette ?

13. Comment sont traités les manquants et les causes d'erreurs ?

14. S'il y a un endommagement (emballage, produit, aspect extérieur carton, etc.) , quel est le devenir de ces produits ?
    Comment traitez-vous cette information : enregistrement, suivi ?

15. Où sont stockés ces produits ?

16. Comment traitez-vous les anomalies reçues par les magasins ?

17. Comment effectuez-vous vos préparations pour les magasins ?

18. Quelles sont les nouvelles informations sur les palettes préparées (sur colis et produits également) ?

19. Comment enregistrez-vous ces flots d'informations sur votre serveur ? Est-ce que ces informations sont archivées manuellement ?

20. Quelles sont les informations transmises aux magasins ? Sur quels documents ?

21. Comment effectuez vous les contrôles à l'expédition ? Vérifiez vous les informations ? Lesquelles ?

22. Quelle est la durée de stockage de ces informations ?

23. A partir d'un numéro de lot (exemple), d'une date de livraison, quelle est la cohérence entre le flux informatique, les documents papier ? Quelles sont leurs interactions ?

24. Quelles sont les attentes des entrepôts par rapport à leurs clients et inversement ?

25. Envisagez-vous des développement sur la traçabilité à cours, moyen, long terme ?

26. Quel est le coût de mise en place de ce système de traçabilité ?

GESTION DE CRISE

27. Lorsqu'un magasin vous signale un problème sur un produit, comment retrouvez-vous son emplacement, son cheminement chez vous ? La remontée d'informations est-elle rapide ?

28. Avez-vous une zone réservée aux produits en cas de gestion de crise ?

	ANNEXE 14 PLAN D'AUDIT TRACABILITE	**Date : 11-02-2004** Rédigé par : **C. BERNARD** K. LANGBOUR Page : 1 / 2

MAGASIN :

PRODUIT :

TYPE DE L'AUDIT :

- AUDIT EXTERNE

OBJET ET RESULTAT ATTENDUS :

- Réaliser un état des lieux sur le système traçabilité des produits charcuterie de la marque AUCHAN du fournisseur jusqu'aux magasins.
- Evaluer la gestion de l'information et l'action en cas d'un message de crise sur le produit défini.
- Déterminer les besoins de chaque acteur de la chaîne logistique étudiée.

REFERENTIEL :

- Norme ISO 9001 Version 2000

AUDITEURS :

- Christophe BERNARD
- Katia LANGBOUR

REPRESANTANT DE L'AUDITE :

-

Date de l'audit :	**Date de rédaction du rapport** :

MAGASIN : ……..

RECEPTION

1. Comment se passe la réception de la marchandise ?

2. Avez-vous des zones de réception et de stockage spécifiques au produit ?

3. Effectuez-vous des contrôles lors de la réception des marchandises ?
   Si oui, quelles sont les informations que vous vérifiez et que vous utilisez ?

4. Vous arrive-t-il d'avoir des problèmes de lecture au niveau de ces informations ?
   Si oui, comment faites-vous ?

5. Au niveau de la documentation accompagnant les palettes lors de la réception, est-elle :
   + complète ?
   + précise ?
   + manquante ?
   + omission du signataire ?

   A quelle fréquence ?

6. Sur ces documents, comment se traduit le lien de toutes les informations sur la traçabilité ? (copie de chaque document : avis d'expédition, bon de livraison, facture, étiquettes des produits, colis et palettes, etc.)

7. A partir de ces documents, comment faites-vous pour recouper toutes les informations sur ce produit ?

8. Comment sont traitées les anomalies : manquant, non commandé, inversion ?
   Comment récupérez-vous les marchandises ? Quelle est la procédure ?

9. Avez-vous des problèmes de réception de produits avec retour en date ?

10. S'il y a un endommagement (emballage, produit, aspect extérieur carton, etc.), quel est le devenir de ces produits ?
    Comment traitez-vous cette information : enregistrement, suivi ?

11. Où sont stockés ces produits défectueux ?

12. Comment répartissez-vous les unités de distribution ?

13. Comment enregistrez-vous cette nouvelle information ?

14. Avez vous un cahier de suivi des dates ?

GESTION DES STOCKS

15. Combien de jour de stock avez vous ?
16. Comment gérez-vous le roulement de vos stocks (règle de rotation)?
17. Quels sont les outils qui vous permettent de passer une commande ?
18. Comment assurez-vous la traçabilité au niveau du rayon charcuterie à la coupe ?
19. Combien de temps gardez-vous ces informations ?

INVENTAIRE

20. Comment organisez vous vos réserves ?
21. Quelles sont les informations répertoriées pour la traçabilité ?
22. En cas de crise, quelle est votre procédure de gestion de crise ?
23. Comment faites vous pour savoir si vous êtes concernés ou pas par une alerte ?
24. Comment vous assurez-vous d'avoir retiré tous les produits concernés (en réserve, en rayon) ?
25. Avez-vous une zone réservée pour ces produits ? Vont-ils à la benne directement ?
26. Enregistrez vous le retrait (même manuel), l'emplacement des produits ?
27. Quelles sont les attentes des magasins par rapport à leurs clients et inversement ?
28. Envisagez-vous des développements sur la traçabilité à cours, moyen, long terme ?
29. Quel est le coût de mise en place de votre système de traçabilité ?

ANNEXE 15

Les résumés des audits

SA Vasseur

La société SA Vasseur gère son système de traçabilité manuellement. Les matières premières (viandes et épices) sont tracées. Au niveau de la traçabilité amont, le numéro de glaçage et de fabrication sont leur principales informations. Ils peuvent remonter au jour de fabrication et au numéro de lot des matières premières (numéro d'abattoir, date de livraison). Ils fonctionnent également en flux tendu pour livraison à J+2 ou +3.

La marchandise est envoyée à la plate forme par l'intermédiaire d'un transporteur. Les documents accompagnant la livraison sont un bon de livraison avec le détail de la commande et un bon d'expédition à l'intention du transporteur avec le nombre de colis, le détail de la commande et la date de livraison.

En fin de semaine un listing balance est imprimé donnant le récapitulatif des commandes, le nombre d'articles, le numéro client avec la quantité commandée. Ce document est important car l'on peut retrouver très facilement le lieu d'expédition de la marchandise et son destinataire.

Société Saint Géry

Depuis mai 2003, la société Saint Géry est équipée d'un système de traçabilité informatisé (logiciel Qualitrace). Toutes les informations concernant les matières premières (viandes et épices) sont tracées dés leur réception et se poursuivent tout au long de la chaîne de fabrication. Leur production est dite en *flux tendu* c'est-à-dire qu'ils produisent en fonction des commandes. Ils reçoivent les commandes de la plate forme (en général réception jour A et livraison jour C) et génèrent les ordres de fabrication avec les numéro de fabrication. La réception des commandes se fait via l'EDI, mais est souvent confirmé par fax.

Lors de la réception, des contrôles de températures et de pesées des matières premières sont effectués. A la suite de ce contrôle, un code barre est généré pour chaque produit. Lors de la

fabrication, la température des salles est mesurée par ordinateur et les températures de cuisson sont enregistrées.

Plusieurs informations sont répertoriées sur l'étiquette produit et carton : dénomination du produit, listes des ingrédients, date de conditionnement, DLC et numéro d'agrément.

Un bordereau de livraison destiné au client est émis et un bon de ramasse est imprimé pour le transporteur.

Société Jean Caby

A l'heure actuelle, le système de traçabilité est à 50% papier et 50% informatisé (ils envisagent de l'informatiser entièrement d'ici 4-5 ans). Toutes les MP et épices sont tracées, même les machines.

Pour les épices, on a 1 classeur avec 1 feuille par épice : on enregistre le nom du fournisseur, le n° de lot, la DLC, la date début d'utilisation et la date de fin d'utilisation. On sait alors quels produits ont été fabriqués avec ce n° de lot d'épices.

Pour les viandes, à leur réception, le code fournisseur, le code matière, le n° d'agrément fournisseur, la température, la date, le poids, le contrôle d'aspect sont saisis sur informatique. Ceci génère un code barres où on y retrouve les informations sur la livraison et il y a 1 lien avec le n° d'analyse microbiologique faite (traçabilité amont sur informatique : à la réception des viandes), le reste de la production est tracée manuellement.

Le n° de lot diffère selon les produits :
Produits tranchés (3 chiffres) : quantième de tranchage (ex du bacon acheté : lot 049 → fabriqué le mercredi 18 février 2004.

Produits secs (6 chiffres) :

- 3 1er : quantième de conditionnement,
- 3 derniers : quantième de transfert de produit (délai de 6 jours maxi entre les 2 jours).

Jambons (6 chiffres) :

- 3 1er : quantième de désossage,

- 2 suivants : n° de baratte,
- le dernier : n° d'utilisation de la baratte dans la journée.

L'entreprise fonctionne en flux tendu pour certains produits et avec stock (3 j ou 1 semaine en fonction des produits) pour les grosses références. Sur le colis, on a une étiquette colis avec la dénomination, code à 4 chiffres (1er chiffre BL, 3 derniers : PCB), numéro de lot, heure de fabrication du produit, DLC, poids, consignes de conservation, nombre de pièces. Ces informations sont reprises dans un code barres (lecture du code barres quand produit arrive en stock). Les étiquettes sont les mêmes pour les produits stand et LS.

Les commandes sont reçues par 2 moyens (organisation des commandes par groupage) : soit l'EDI (commandes transférées à l'entrepôt Jean CABY avec dénomination produit, nombre commandé, date de livraison souhaitée), soit télévente (opératrice reçoit commandes des clients par téléphone).

Dans les 2 cas, la commande est ordonnancée avec impression du bon de préparation. On édite une étiquette de préparation de commande collée sur le carton. On a le code article, la dénomination produit, le nom du client et l'adresse, la référence client, le nombre de cartons commandés, la date et l'heure de commande, la date de livraison souhaitée, la DLC du dernier produit commandé (pour éviter le retour en date).

Quand la commande est préparée, on édite un BL : on retrouve le nom du produit, le nombre de cartons, le poids, le code barres produit, le n° client (n° AUCHAN : 1 code = 1 destination, c'est-à-dire n° différents pour les PF AUCHAN et les magasins), le n° de commande. La facture est générée à partir du BL (facture envoyée séparément par courrier). On retrouve le n° client, le n° de BL, le n° de commande.

Différentes requêtes sont possibles (logiciel Dataselect relié au convoyeur qui lit les informations des codes barres des produits qui passent) : listing à partir des n° de commande, du code client, de la date d'expédition, du n° de lot du produit, du code produit. On retrouve facilement les informations (traçabilité aval). On retrouve les produits, leur emplacement à partir de la combinaison du n° de lot et de la DLC. On raisonne même par code article et du n° de lot. Le responsable qualité estime à 2 à 3 heure le temps nécessaire pour retrouver la traçabilité totale sur papier.

Plate forme de Libercourt HAYS

Les commandes sont exploitées par un nouveau logiciel, Logistar, mis en place depuis mai 2003. Cet outil logistique est utilisé pour 80% des produits, sauf les produits de boucherie qui sont directement livrés aux magasins.

Lors de la réception, plusieurs contrôles sont effectués, notamment les contrôles de température camions, comptage des colis, contrôle de l'EAN. Si le réceptionneur décèle un problème, il l'enregistre auprès du service après vente qui envoie directement l'information au fournisseur. La plate forme laisse la marchandise à disponibilité de celui-ci et si au bout de 72 heures le fournisseur ne s'est pas déplacé, la marchandise est détruite.

Les magasins passent commande à la plate forme suivant un cadencier à heure fixe tous les matins. La plate forme, en centralisant toutes les commandes des magasins, passe leurs commandes aux fournisseurs. Après réception de la marchandise, la plate forme dispache les produits afin de satisfaire les commandes des différents magasins, on parle de flux ventilés.

La répartition de la marchandise se fait par un bon de ventilation. La palette une fois construite est caractérisée par une balise palette répertoriant tous les produits, le nom du magasin et le numéro de commande. L'expédition de la marchandise ne peut se faire qu'après flashage de la palette (SSCC sur balise palette), validant l'impression du bordereau de remise transport.

Entrepôt Auchan d'Amiens

A la réception des produits, leur DLUO sont enregistrées pour permettre la rotation des stocks. L'entrepôt est livré toutes les semaines par leurs fournisseurs. Les commandes sont établies en fonction de la quantité de marchandise commandée par les magasins. Pour que le produit rentre en stock, le Gencod est flashé. Trois mois avant la DLUO, un message d'alerte est déclenché informatiquement pour prévenir que le produit arrive à échéance, et un mois avant sa DLC, le produit est retiré du stock. L'entrepôt possède un stock tampon c'est-à-dire on peut considérer l'entrepôt comme étant un magasin pour les magasins. Si au moment de la réception, il y a une inversion de marchandise, celle-ci est reprise par le fournisseur si elle n'est pas référencée, sinon, elle rentre en stock. Si par cas elle est abîmée, elle est automatiquement refusée.

Lors de la préparation des commandes pour les magasins, ils extraient les commandes pour chacun, et éditent une étiquette : le label pour diminuer les erreurs de produits. En effet en ayant le nom du produit sur le carton on sait tout de suite si il s'agit du bon produit commandé. Mais sur ce label n'est présent que le nom du produit et les codes entrepôt et magasin. Anciennement ils avaient un bon de préparation des commandes où toutes les informations sur le produit étaient inscrites : EAN, nombre de cartons, référence commande. Mais il était contraignant de travailler avec car il fallait y faire de nombreuses annotations ce qui faisait perdre du temps.

Pour l'expédition, lorsqu'ils arrivent à 35000 colis préparer, 900 contrôles sont effectués.

En cas de crise alimentaire, ils reçoivent un message DIRQUA, pour bloquer tous les produits concernés. L'information donnée pour vérifier est la DLUO. Si l'entrepôt possède le produit, il est automatiquement retiré du stock ainsi il ne peut plus être commandé.

Magasins AUCHAN

A la réception des palettes (quai commun aux produits frais), le réceptionnaire contrôle que l'on reçoit le bon numéro de palette, la température (rare à Leers), l'aspect extérieur des colis et la quantité (par rapport à la balise palette). Il n'y a plus de contrôle spécifique depuis juin 2003 (mise en place du système appro PF) : pas de contrôle des dates à la réception. Les contrôles colis sont maintenant réalisés à la PF. Les documents à la réception sont le bon d'expédition et le bon de groupage. Un bon de valorisation est édité pour le responsable rayon. L'équipe réception a en charge la vérification des papiers (cohérence entre balise palette et bon de groupage) pour remonter les informations au service comptabilité. Le bon de groupage est utilisé pour vérifier les avis d'expédition en attente En cas de problème réception, il y a création d'une DRL (demande de retour litige) pour le remboursement. On a 72 h pour créer cette DRL, les chefs de rayon trouvant la procédure à suivre trop contraignante. Le produit est conservé dans une zone spécifique pendant la gestion du problème. Le service comptabilité gère avec la PF.

Les produits sont stockés par famille (jambon, chou, pâté, sec) dans une réserve spécifique (LS et trade). La personne en réserve vérifie la date des produits qu'il va mettre en rayon (une personne est responsable du suivi et de la rotation des stocks en réserve).

En cas de gestion de crise, les magasins (responsable du magasin, responsable du rayon) reçoivent de la centrale d'achat un message mail DIRQUA (depuis 2004, ces messages sont archivés au moins 1 an).

Un fax est également envoyé au service sécurité de chaque magasin sur le fax rouge. Ainsi les chefs de rayon regardent s'ils travaillent avec le fournisseur concerné, s'ils ont le numéro de lot en question. On contrôle en rayon et en réserve la présence du produit en question, puis tous les produits sont mis de côté (le chef de la sécurité peut être amené à les retirer) : zone prison pour Roncq et Englos, local retour pour Fâches, palette filmée pour Leers. Ils s'assurent d'avoir retiré tous les produits concernés (en réserve, en rayon) par contrôle visuel.

Lorsque le client vient en magasin pour se plaindre (troubles digestifs…), le chef de la sécurité remplit un dossier avec le client pour avoir le maximum d'informations possibles. Ces renseignements sont remontés à la centrale.

ANNEXE 16

Réglementation

Suite à une réunion du 30 juin 2003 entre le Comité Qualité de la FCD et la DGCCRF sur l'obligation de traçabilité, quelques précisions ont été données.

Rappel du cadre réglementaire

Par ailleurs, l'article 17 dispose que les exploitants du secteur alimentaire assument la responsabilité primaire de la sécurité alimentaire, tout en délimitant les responsabilités entre les différents opérateurs. Ainsi, chaque exploitant veille à toutes les étapes de la production, de la transformation et de la distribution dans les entreprises placées sous son contrôle, à ce que les denrées répondent aux prescriptions de la législation alimentaire applicables à ses activités et vérifie le respect de ces prescriptions.

Précisions données par la DGCCRF lors d'une rencontre FCD le 17 juin 2003

Le Règlement 178/2002 est un texte qui pose des principes généraux. L'article 18 instaure une obligation générale de traçabilité qui est une obligation de résultat.

Les moyens à mettre en place pour atteindre cette obligation générale de résultat sont laissés libres aux opérateurs. Le seul texte d'application envisageable serait le règlement d'application, non prévu par la Commission Européenne pour l'instant.

La DGCCRF ne prévoit pas de sanctions spécifiques pour cette obligation. Elle émettra des avis au cas pas cas quant aux dispositifs de traçabilité présentés par les opérateurs. Il s'agit pour elle de repérer et de combler les angles morts, les ruptures dans la chaîne d'information.

L'obligation générale de traçabilité :

- est valable en et hors état d'alerte, voire de crise,
- sous-entend la bonne réception et la bonne transmission des informations adéquates et nécessaires pour identifier sans délai un ensemble de produits et leur(s) lieu(x) de détention présent(s) et passé(s),

- une traçabilité par lot à toutes les étapes (connaissance des lots dans les lieux de vente au détail et archivage des documents pendant une durée minimale).

Pour la distribution de détail, ceci signifie :

- la connaissance des lots entrés (et leurs fournisseurs) et sortis au niveau des entrepôts/plateformes,
- la connaissance des lots entrés dans les lieux de vente au détail (la connaissance des lots sortis du magasin/vendus au consommateur final n'est en général pas possible),
- l'archivage.

Pour la distribution de gros, ceci signifie :

- la connaissance des lots entrés (et leurs fournisseurs) et sortis (et leurs clients),
- l'archivage.

La comptabilité matière entrée-sortie devra être effectuée par lot. La traçabilité par lot jusqu'au magasin permettra également davantage de précision dans la diffusion des alertes aux points de vente.

La DGCCRF insiste sur la délimitation des responsabilités entre fabricant et distributeur : le distributeur n'est pas tenu de détenir la composition de chaque lot des produits à marques propres (marques de distributeurs).

La DGCCRF constate un déficit de communication entre les services logistiques, qualité et commerciaux chez les distributeurs.